دار المنظومة
DAR ALMANDUMAH
الرواد في قواعد المعلومات العربية

العنوان: اتجاهات سكان المجتمع المحلي نحو السياحة الداخلية ودور تنظيم المجتمع في دعمها وزيادة وعي أفراد المجتمع نحوها

المصدر: مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الانسانية - مصر

المؤلف الرئيسي: الدوسري، سلمي عبدالرحن

المجلد/العدد: ع 24, ج 3

محكمة: نعم

التاريخ الميلادي: 2008

الشهر: ابريل

الصفحات: 1257 - 1308

رقم MD: 118225

نوع المحتوى: بحوث ومقالات

قواعد المعلومات: EduSearch, HumanIndex

مواضيع: تنمية الوعي السياحي، الخدمة الاجتماعية، السياحة الداخلية، المجتمعات المحلية، اتجاهات السكان، دور تنظيم المجتمع، الرياض، الوكالة المساعدة للشئون التعليمية، الاساليب المهنية، احتياجات الاسرة السياحية، صعوبات برامج السياحة الداخلية، دور المنظم الاجتماعي، الخدمات السياحية

رابط: http://search.mandumah.com/Record/118225

© 2016 دار المنظومة. جميع الحقوق محفوظة.
هذه المادة متاحة بناء على الإتفاق الموقع مع أصحاب حقوق النشر، علما أن جميع حقوق النشر محفوظة. يمكنك تحميل أو طباعة هذه المادة للاستخدام الشخصي فقط، ويمنع النسخ أو التحويل أو النشر عبر أي وسيلة (مثل مواقع الانترنت أو البريد الالكتروني) دون تصريح خطي من أصحاب حقوق النشر أو دار المنظومة.

اتجاهات سكان المجتمع المحلى نحو السياحة الداخلية ودور تنظيم المجتمع فى دعمها وزيادة وعى أفراد المجتمع نحوها

دكتوره
سلمى عبد الرحمن الدوسرى
أستاذ مشارك تنظيم المجتمع

اتجاهات سكان المجتمع المحلى نحو السياحة

مقدمة:

تعتبر السياحة من الظواهر الإنسانية التي نشأت منذ أن خلق الله الأرض وما عليها، فمنذ زمن طويل والإنسان في حركة دائمة بين السفر والتنقل يبحث عن أمنه واستقراره ويسعى إلى رزقه ومعاشه، متطلع إلى العلم والمعرفة للانطلاق نحو آفاق جديدة ، وقد تحولت ظاهرة الانتقال إلى ظاهرة اجتماعية وثقافية هدفها المتعة والراحة والثقافة والاستجمام إلى غير ذلك من الأهداف والغايات.

وقد أصبحت السياحة في العصر الحديث صناعة مركبة من الصناعات الهامة التي تعتمد عليها كثير من الدول في تنمية مواردها المالية لتحقيق التقدم الاجتماعي والاقتصادي لها.

وإيماناً بالدور الكبير الذي تؤديه السياحة في العالم فقد اهتمت كثير من الدول بتوجيه الجزء الأكبر من اعـتماداتها المالـية نحـو تنمية وتطوير البيئة التحتية ، مما ترتب عليه تحسن كبير في مستوى المعيشة للمقيمين وللسياح الزائرين، وإذا كانت صناعة السياحة تسهم في دعم الموارد المالية للدولة[١].

فـإلى جانب النواحي الاقتصادية هناك العديد من الفوائد والإيجابيات الاجتماعية والثقافية التي تقترن بنشـاط السياحة، وهي إحدى الظواهر الحضارية المهمة التي يتحقق من خلالها التواصل الحضاري والثقافي بين الشعوب المختلفة[٢].

ولعل أهمية السياحة تتضح أكثر عند النظر في آثارها المختلفة والفاعلة والمتعاظمة على الحياة الإنسانية والبيئة[٣].

وبمـا أن السـياحة من أهم الروافد الاقتصادية فأصبحت صناعة مستقلة بذاتها تؤسس لها الوزارات والهيـئات والمؤسسات في كافة أنحاء الدول بالعالم وتهتم بها اهتماما بالغاً لما تعود به على الدخل من فوائد وما تجلبه من العملات الصعبة نحو السوق الداخلي[٤].

مـن هـذا المنطلق أصبحت حركة السياحة الداخلية في العالم تستأثر بنحو ٩٠٪ من إجمالي النشاط السـياحي العالمـي ، في الـوقت الذي لا تستحوذ منه السياحة الدولية سوى على ١٠٪ من إجمالي النشاط السياحي العالمي ، في الوقت الذي تشير التقديرات لمنظمة السياحة الدولية أن السياحة الداخلية تستوعب غالبية النشاط السياحي في العالم إذا يتراوح معدل الإنفاق السياحي على السياحة الداخلية، ما بين ٧٥٪ - ٨٠٪ من

---

(1) تغريد خيرى العزب: التأثير الثقافي في القطاع السياحة في مصر ودوره في تحقيق السلام الاجتماعي" جامعة حلوان كلية الخدمة الاجتماعية المؤتمر العلمي الخامس عشر ٢٠-٢١/٣/٢٠٠٢ ص ٥٠٩.

(2) ناصر عقيل عبد الله الطيار "أثر السياحة على اقتصاديات المملكة العربية السعودية. مكتبة العبد كان ط ١٤٢٠ ص ٥١-٥٢.

(3) محمـد بن مفرح بن شبلى القحطانى وآخرون: السياحة الأسس والمفاهيم دراسة تطبيقه على منطقة عسير بالمملكة العربية السعودية دار العلم بجده الطبعة الأولى ١٩٩٧م، ١٤٢٧هـ ص ٢٩.

(4) نبيل الروبى "التخطيط السياحي" مؤسسة الثقافة الجامعية بالإسكندرية ١٩٩٨م ص ١٧٨.

إجمالي الإنفاق ، وليس أدل على هذه الأهمية البالغة من الإجراءات الاقتصادية والاجتماعية التي اتخذتها كثير من الدول لتشجيع سياحتها الداخلية من بينها زيادة الإجازات المدفوعة إلى جانب البرامج السياحية التي تحض عليها الدول لإشباع رغبات السواح بالداخل(*).

وتشير الإحصائيات الدولية إلى أن السياحة الداخلية في الدول السياحية المتقدمة تبلغ من خمسة إلى ستة أمثال حجم السياحة الدولية ، فنظرة الدول المتقدمة قد تطورت بالنسبة للسياحة الداخلية لتصبح خدمة ضرورية يجب على الدولة أن توفرها لمواطنيها في حدود قدراتهم المالية المختلفة لما لها من أثر بالغ على تقدم الصحة النفسية للأفراد بالمجتمع وبالتالي زيادة العملية الإنتاجية لهم.

فالسياحة الداخلية عدة مزايا اجتماعية وثقافية وتعليمية فهي تزيد من الصلات والعلاقات بين المجموعات المختلفة من سكان الدولة ، مما يقوى تماسك المجتمع وتخلق وعياً أكبر بالإمتداد بالوطن وبالعادات والتقاليد السائدة منه وهى تساعد على تثقيف مواطني الدولة بحسن استخدام أوقات فراغهم في النشاطات السياحية ، وبالتالي تعمل كأداة لتحقيق الاستخدام الأمثل للموارد السياحية وتسهم في بناء الشخصية القوية للأجيال الجديدة بما تتيحه لهم من فرص الثقافة والفهم(٦).

وتتعاظم أهمية السياحة كواحدة من أهم الظواهر الاقتصادية والنشاطات الإنسانية، ويتعاظم معها سعى الدولة إلى تنمية واستغلال مواردها وإمكانياتها السياحية لتحقيق الاستفادة القصوى من السياحة في مجالات عدة وتعتبر المملكة العربية السعودية من بين الدول القليلة في العالم التي بدأت حديثاً بدعم عملية تطوير واستغلال مواردها السياحية(٧).

وتولى الدولة عناية خاصة بالدور الذي يمكن أن تسهم به صناعة السياحة في تحقيق الأهداف المطلوبة لتنويع القاعدة الإنتاجية للاقتصاد السعودي وزيادة فرص العمل للمواطنين ، ويبرز ذلك من خلال الرؤية التي تم طرحها لصناعة السياحة وهى أن المملكة العربية السعودية تسعى وهى مهد الإسلام إلى تنمية سياحية قديمة ذات منافع اجتماعية وثقافية، وبيئية واقتصادية انطلاقا من قيمتها الإسلامية وأصالة تراثها(٨).

---

(5) سالم بن مصر الغامدى على بن سالم الشهرى: واقع وآفاق السياحة والاستثمار في المملكة العربية السعودية "المعوقات في التوظيف للسعوديين في قطاع السياحة في المملكة جامعة الملك سعود اللقاء السنوي الرابع عشر لجمعية الاقتصاد السعودية ١٥-١٧ صفر ١٤٢٣هـ ص ٤.

(6) تغريد خيرى العزب مرجع سبق ذكره ص ٥١٤.

(7) جامعة الملك سعود "السوق السياحي والآفاق المستقبلية للسياحة في المملكة العربية السعودية اللقاء السنوي الرابع عشر لجمعية الاقتصاد ١٥-١٧ ١٤٢٣هـ ص ١.

(8) المملكة العربية السعودية الهيئة العليا للسياحة الأمانة العامة "الاستثمار السياحي في المملكة العربية السعودية ورقة عمل مقدمة إلى اللقاء السنوي الرابع عشر لجمعية الاقتصاد السعودي ١٥-١٧ صفر ١٤٢٣هـ ص ٢

مشكلة الدراسة وأهميتها:

اكتسبت السياحة أهمية اقتصادية عالمية كبيرة ؛ إذ أصبحت من أكبر البنود في التجارة الدولية ، ولعل الـــولايات المـــتحدة الأمريكية تقدم مثالاً طيباً للأهمية الاقتصادية للسياحة ، حيث أصبحت ثالث أكبر صناعة خدمية في الدولة ، بعد صناعتي السيارات والأغذية . وقد قُدر إنفاق السياح في الولايات المتحدة الأمريكية في الدقيقة الواحدة (٥٩٥,٥١٠) دولاراً أمريكياً . ولكن بالنسبة للدول النامية يشترط لتحقيق ذلك : أن تتطور مقدرتها على الجذب السياحي من الدول الصناعية ، وتقليل سفر السياح منها إلى الخارج(٩)

لـــذا اهـــتمت المملكة العربية السعودية بقطاع السياحة لدوره في تنمية مصادر الدخل الوطني وتوفير فـــرص العمـــل للمواطـــنين. وتكتسب تنمية السياحة الداخلية أهمية خاصة بالمملكة نظراً لكونها تعتبر بديلاً للســـياحة الخارجـــية التي تؤدي إلى تسرب نسبة كبيرة من الدخل الوطني للخارج سنوياً، حيث تشير أحدث البـــيانات المتاحة إلى أن إجمالي إنفاق السكان السعوديين على السياحة خارج المملكة يقارب ٤٠ مليار ريال ســـعودي خـــلال عام ٢٠٠٠م، بينما يقتصر نصيب السياحة الداخلية للسكان السعوديين على ٤ مليار ريال سعودي فقط، أي ما يعادل ١٠% من إجمالي إنفاق السعوديين على السياحة خارج المملكة(١٠).

وتشير دراسة فريال بنت محمد الهاجري أن متوسط إنفاق الأسرة السعودية للسفر سواء داخل المملكة أو خارجها وفق عينة الدراسة نحو (٢٧) ألف ريال سعودي سنوياً (١١).

وتشـــير العديـــد من الدراسات التي تناولت الجوانب السياحية بالمجتمع وأهمية الاهتمام بهذه الجوانب حـــيث أوضـــحت دراسة بعنوان السياحة كمصدر هام للدخل الوطني حيث ركزت تلك الدراسة على سبل تنمية السياحة الداخلية بالمملكة(١٢).

كما اهتمت دراسة عبد العزيز المحمد النويصر أن دعم برامج السياحة الداخلية يؤدى إلى تقليل أعداد المغادرين للسياحة خارج المملكة ومن ثم تقليل حجم الإنفاق على السياحة الخارجية(١٣).

---

(٩) محمـــد مفرح القحطاني وآخرون ، السياحة : الأسس والمفاهيم "دراسة تطبيقية على منطقة عسير بالمملكة العربية السعودية" ، الطبعة الأولى ، مؤسسة المدينة للصحافة (دار العلم) ، جدة ، ١٤١٧هـ (١٩٩٧م) ، ص١٠١-١٠٥ .

(10) مركز الدراسات الغرفة التجارية الصناعية بجدة، السوق السياحي والآفاق المستقبلية للسياحة في المملكة، واقع وآفاق السياحة والاستثمار في المملكة العربية السعودية. اللقاء السنوي الرابع عشر لجمعية الاقتصاد السعودية، جامعة الملك سعود، الرياض، ١٤٢٣هـ

(11) فريال بنت محمد الهاجري مستوى الدخل كأحد المقومات البشرية للسياحة في المملكة العربية السعودية ، العدد السابع ، مركز بحوث ودراسات مجلة المدينة المنورة ، المملكة العربية السعودية ، ١٤٢٤هـ (٢٠٠٤م).

(12) عبد العزيز المحمد النويصر "دراسة تطوير الإمكانيات السياحية بالمملكة مع التركيز على جده وجازان ورقة عمل مقدمة الغرفة التجارية الصناعية بجده اللجنة السياحية محرم ١٤١٩هـ ص ٢٢.

(13) حســن عــواد الســريحى، هدى محمد باطويل "المعلومات وأهميتها في السياحة دراسة تجريبية أبها وجده محرم ١٤٢١هـ ص ٢٣

كما أكدت دراسة حسن عواد السريحي، هدى محمد باطويل إلى ضرورة الاستمرار في عقد الندوات والمؤتمرات الخاصة بمواضيع السياحة، وإنشاء مركز معلومات سياحي في المملكة[١٤].

هـــذا كما أكدت دراسة وديع أحمد فاضل كابلي على ضرورة العمل على توفير الخدمات السياحية بأسعار معقولة وذلك بالرقابة على أسعار المنتجات والخدمات السياحية[١٥].

كمـــا أكـــدت أيضـــاً بعض الدراسات على أهمية إيجاد الآليات المناسبة لزيادة معدل انجذاب السائح الســـعودي نحو السياحة الداخلية عن طريق تطوير حزمة من البرامج والخدمات التي تتميز بجاذبيتها وبتكاليفها المعقولة. .[١٦].

كمـــا أكـــدت دراسة للإعتدال محمد الناجم على أهمية دعم السياحة الوطنية كون هذه المشاريع تعد أحـــد أكبر عوامل الجذب السياحي داخل المملكة بما توفره هذه المشاريع من تلبية احتياجات السائح من ناحية الترفيه الترويح عن النفس. [١٧].

وأكدت دراسة الحجي وآخرون إلى ضرورة تنمية مستوى الوعي والحس السياحي بين الأهالي ممن لهم احـــتكاك مباشـــر بالسياحة وليكن ذلك عن طريق برامج توعوية متكاملة تشمل المدارس والنوادي الرياضية والثقافية[١٨].

كمـــا أكدت دراسة الغامدى . الشهرى إلى ضرورة توعية المجتمع بأهمية السياحة وما تلعبه من دور إيجـــابي في القطاع الاقتصادي من خلال المحاضرات والندوات والإعلام وحث المواطنين على قضاء الإجازات في أرجاء الوطن[١٩].

كمـــا أوضحت دراسة أخرى على أنه لابد أن تصبح السياحة الداخلية بديلاً و منافساً قوياً للسياحة الخارجية ،حيث تؤكد هذه النتيجة على ضرورة الاهتمام بالسياحة الداخليه[٢٠] :

---

(14) وديـــع أحمد فاضل تسعير الخدمات السياحية وأثرها في جذب السياحة في مدينة جده – جامعة الملك سعود اللقاء السنوي الرابع عشر الجمعية الاقتصادية السعودية واقع وآفاق السياحة والاستثمار في المملكة العربية السعودية ١٥-١٧ صفر ١٤٢٣هـــ ص ٢٥.

(15) الغـــرفة التجارية الصناعية بمحافظة جده: السوق السياحي والآفاق المستقبلية للسياحة في المملكة العربية السعودية وفق عمل الغرفة التجارية مقدمة إلى اللقاء السنوي الرابع عشر لجمعية الاقتصاد السعودية حول واقع وآفاق السياحة والاستثمار في المملكة ص ٢٥.

(16) اعـــتدال محمد الناجم آفاق الصناعة الترفيهية كأحد العوامل المؤثرة على الجذب السياحي في المملكة اللقاء السنوي الرابع عشر مرجع سبق ذكره ص ١٠.

(17)مرجع سبق ذكره ص ١٠.

(18) عبد المحسن بن عبد الله الحجى وآخرون خصائص السياحة والحركة السياحية في منطقة ابها الحضرية ١٤٢٢هـــ.

(19) سالم بن مطر الغامدى وآخرون مرجع سبق ذكره ص ٢٧.

علاقة علم السياحة بالعلوم الاجتماعية:

وإذا كــان علم السياحة يدخل في مجال كل من العلوم الاجتماعية والإنسانية على السواء، وذلك أن العلوم الإنسانية تصف وتناقش الظواهر والعوامل الأساسية التي تتحكم في السلوك الإنساني وتوجهه.

كمــا أن الــنظام الاجتماعي ما هو إلا نتاج السلوكيات التي يؤديها الأفراد والأدوار التي يقومون بها داخــل إطــار المجتمع، ومن ثم دخلت السياحة كظاهرة اجتماعية في دائرة العلوم الاجتماعية التي عملت على دراسة العلوم التي تتضافر على خلق الواقعية وراء السفر والسياحة وتأثيرات السياحة وأبعادها على المجتمع.

ولــما كان الإنسان هو محور دراسة العلوم الإنسانية حيث تتناول دراستها الجوانب الثقافية والسلوكية والحضــارية لهــذا الإنسان ومن ثم اهتمامها بدراستها على الفرد. سواء لكائن قائم بذاته أو كعضو في جماعة علاوة على متابعتها ما يتم داخل هذه الجماعة من علاقات وديناميكيات وتفاعلات وتأثيرات متبادلة.[21]

ممــا يصل بنا ذلك إلى أن هناك ارتباط وثيق بين السياحة كعلم وبين العلوم الاجتماعية والإنسانية.. والخدمة الاجتماعية ظهرت حديثاً في أوائل القرن العشرين تعمل مع المهن الأخرى لإحداث التغير الاجتماعي بــل والاقتصــادي في المجــتمع بما يحقق أهداف المجتمع من تماسك ورعاية وإنتاج وتقدم، وإذا كانت الخدمة الاجتماعــية تطــورت وفق التطورات العلمية بمجموعة المفاهيم والنظريات وزيادة المعارف بالسلوك، ودوافع ســلوك الفــرد، وحاجاتــه، كــذلك أهمية العمل مع المجتمع باعتباره وحده متميزة لها حاجاتها وإمكانياتها ومواردها وثقافاتها الفرعية، قد أثبتت الخدمة الاجتماعية قدرتها على الإسهام في عمليات تنمية المجتمع خاصة في الدول النامية[22].

وبما أن طريقة تنظيم المجتمع أحدى طرق مهنة الخدمة الاجتماعية فهي تهتم بالفرد والجماعة كما تهتم بدراســة المجتمعات المحلية والتعرف على احتياجاتها والقوى الاجتماعية المؤثرة في حياة هذه المجتمعات والإلمام بالمشــكلات الاجتماعية البارزة في المجتمع المحلى واتجاه الأشخاص نحوها وطبيعة العلاقات الاجتماعية والموارد والإمكانــيات المتاحة في المجتمع، إذن فهي طريقة تسعى إلى العمل مع أعضاء المجتمع وتوجيههم نحو التعاون والمشــاركة للــنهوض بمجــتمعهم وتحقــيق الأهداف العامة التي يعتقدون بأهميتها وضرورة إنجازها لصالح المجتمع[23].

---

(20) نهلة أسامة السياحة ودورها في تحقيق السلام الاجتماعي – جامعة حلوان كلية الخدمة الاجتماعية المؤتمر العلمي الخامس عشر ٢٠-٢١/٣/٢٠٠٢ ص ٥٤٣.

(21) الأمانة العامة للهيئة العليا للسياحة برنامج السياحة والمجتمع: اتجاهات العاملين في القطاع السياحي نحو العمل فيه ١٤٢٢هـــ ص ٢٢.

(22) مــدحت محمد محمود أبو النصر، الخدمة الاجتماعية الوقائية – الإمارات العربية دار القلم الطبعة الأولى ١٩٩٩م ص ٢٣.

(23) محمود حسن مقدمة الخدمة الاجتماعية دار النهضة العربية بيروت ١٩٨٦م ص ١١.

ويعتبر العمل الاجتماعي الحكومي والأهلي ضروري لتحقيق أهداف المجتمع ويستدعى ذلك بطبيعة الحال التعاون من أفراد المجتمع ، وبين القيادات وأفراد المهن الأخرى من أطباء ومعلمين وأخصائيين اجتماعيين وغيرهم لتحقيق ذلك[٢٤].

وإذا كانت الخدمة الاجتماعية في إطار القيم الأساسية لها تهدف إلى مساعدة الأفراد والجماعات والمجتمعات حتى تصل إلى أقصى درجة ممكنة من الرفاهية الاجتماعية، فإن من ضمن أهداف طريقة تنظيم المجتمع، خلق الأساليب والوسائل التي تكفل توعية الأفراد والجماعات وإيجاد الفهم المتبادل للمشكلات وتوفير طرق الاتصال الاجتماعي الضروري للقيام بعملية التنمية والإصلاح ، وطريقة تنظيم المجتمع لا تحل المواطنين من مسئولياتهم الاجتماعية بل تحاول عن طريق تبادل الأفكار والخبرات توضيح مسئولية المواطنين والهيئات الحكومية والأهلية لاتخاذ الخطوات الضرورية لإشباع حاجات المجتمع [٢٥].

وإذا كانت هدى بدران ترى أن من أهداف طريقة تنظيم المجتمع الأهداف التثقيفية ، التي تسعى الطريقة من خلالها إلى تثقيف المواطنين وزيادة قدراتهم على المساهمة في أمور المجتمع والعمل على تنمية الوعي الاجتماعي للمواطنين وولائهم نحو مجتمعهم وتقوية شعورهم بالمسئولية وخلق الاتجاهات التي تسمح بالتعاون مع الآخرين وتنمية القيم العامة في المجتمع[٢٦].

فإن أهداف الطريقة لدى سيد أبو بكر حسانين ترى أن هناك أهداف فرعية للطريقة منها إثارة الوعي الاجتماعي وتنوير الرأي العام، وتعديل وتغيير القيم والاتجاهات السلبية، تنمية روح الولاء والانتماء للمجتمع[٢٧].

ويحاول كل مجتمع أن يوفر الرفاهية لمواطنيه عن طريق رفع مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية وبصرف النظر عن اختلاف أيديولوجيتها وبغض النظر عن فقرها وغناها ودرجة تقدمها أو تخلفها فإن هذه المجتمعات جميعاً تتفق على هدف واحد وهو تحسين معيشة المواطنين وإحداث تغييرات اجتماعية مقصودة من شأنها أن تنقل المجتمع إلى أوضاع مرغوبة[٢٨].

وبناء على ما تقدم ترى الباحثة وتؤكد على أهمية تنمية الوعي الاجتماعي بين أفراد المجتمع نحو السياحة الداخلية.

---

(24) المرجع السابق ص ١٢.

(25) المرجع السابق ص ١٢.

(26) هدى بدران تنظيم المجتمع القاهرة، مطبعة المليجى ١٩٦٩ ص ١٣٣.

(27) سيد أبو بكر حسانين طريقة الخدمة الاجتماعية في تنظيم المجتمع القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٨٤م .

(28) رشاد أحمد عبد اللطيف طريقة تنظيم المجتمع في الخدمة الاجتماعية مدخل دراسة المجتمع – الإسكندرية المكتب الجامعي الحديثة ١٩٩٩م ص ٢٦٢.

مفاهيم الدراسة:

مفهوم الاتجاهات: Attitudes

أولاً يمكن تعريف الاتجاه بأنه ميل مؤيداً أو مناهض إزاء موضوع أو موضوعات معينة (كالأشخاص والفئات الاجتماعية والأشياء المادية)[(٢٩)].

ويعرف (يورنج ولا نجفلد) الاتجاه بأنه الحالة العقلية التي توجه استجابات الفرد، كما أنه يعرف بأنه تنظيم مستمر للعمليات الانفعالية والإدراكية والمعرفية حول بعض النواحي الموجودة في المجال الذي يعيش فيه الفرد[(٣٠)].

والاتجاهات عبارة عن الأنظمة الإيجابية أو السلبية الثابتة المتضمنة تقديم الفرد لموضوع معين والمرتبطة بمشاعره أو انفعالاته أو استعداداته التي تدفعه نحوه أو تبعده عنه[(٣١)].

الوعي: Consciousness

عملية تهدف إلى رفع مستوى وعى العملاء ومساعدتهم على إدراك المشكلات والأهداف والقيم والشعور بأهميتها.

رفع مستوى الوعي: Consciousness-Raising

هي عملية تهدف إلى مساعدة الأفراد أو الجماعات والمجتمع لإدراك الوضع الاجتماعي Social condition والإحساس بأهمية الإتمام بمعرفة الأساليب والاهتمام بالأفكار التي لم يكن لها أهمية في السابق[(٣٢)].

السياحة الداخلية:

يعتبر لفظ السياحة من الألفاظ المستخدمة في اللغة اللاتينية كما أنه معروفاً في اللغة العربية بأنها تعنى التجوال وعبارة ساح في الأرض تعنى ذهب وسار على وجه الأرض وجابت بمعنى آخر يعنى الضرب في الأرض ومنها سبح الماء إلى جريانه وقد ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم في أكثر من وضع ففي سورة التوبة ورد قوله تعالى آية (١١١)" {إِنَّ اللّهَ اشْتَرَى مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُم بِأَنَّ لَهُمُ الجَنَّةَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعْداً عَلَيْهِ حَقّاً فِي التَّوْرَاةِ وَالإِنجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَى بِعَهْدِهِ مِنَ اللّهِ فَاسْتَبْشِرُواْ بِبَيْعِكُمُ

---

(29) محمد رفعت قاسم تنظيم المجتمع الأسس والأجهزة الثقافية المصرية للطباعة والنشر والتوزيع القاهرة – ٢٠٠٠م ص ١٠٣.

(30) صلاح محيمر وآخرون المدخل إلى علم النفس الاجتماعي مكتبة الانجلو المصرية الطبعة الثانية ١٩٨٦م ص ١٤٧.

(31) مصطفي فهمى وآخر علم النفس الاجتماعي دراسات نظرية تطبيقات عملية مكتبة الخانجى القاهرة الطبعة الثانية ١٩٨٩م ص ٢١٦.

(32) ماهر محمود عمر سيكولوجية العلاقات الاجتماعية دراسة المعرفة الجامعية – الإسكندرية ١٩٩٢ ص ١٦٧.

الَّـذِي بَايَعْتُم بِـهِ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ }التوبة١١١ {التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدونَ الآمِرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ }التوبة١١٢

ومعـــنى الســـائحون هـــنا الصائمون لقول رسول الله ﷺ السياحة أمنة الصوم، ويقول المفسرون أن السائحون هم المسافرون للجهاد أو طلب العلم.

بينما في اللغة الإنجليزية نجد أن Tour تعني يجول أو يدور أما كلمة Tourisw أي السياحة بمعناها الانتقال الدوران[٣٣].

السياحة تعني نشاط فرد يسافر ويستقر خارج مكان إقامته الأصلي لفترة لا تتزايد عن العام للترقية أو العمل التجاري أو أي غرض من الأغراض التي تلبي رغبات الفرد واحتياجاته[٣٤].

وتعنى السياحة الداخلية Domestic tourism

حركة المواطن داخل الحدود السياسية لدولة معينة ويمارسها سياح من سكان تلك الدول من مواطنيها أو المقـيمين بها وقد عرف ماينسون ودول Moltion wole السياحة الداخلية بأنهم الأفراد الذين ينتقلون داخل حدود بلدهم ويمكثون بعيداً عن المترل لفترة تزيد عن ٢٤ ساعة[٣٥].

الإجراءات المنهجية للدراسة:

أهمية البحث:

يتعرض هذا البحث لقضية حيوية وملحة أصبحت تشكل ظاهرة ملموسة لدى كثير من المجتمعات ألا وهـى قضـية الاهتمام بزيادة وعي أفراد المجتمع نحو السياحة الداخلية وما يمكن أن تؤديه السياحة كنشاط في دعـم الاقتصـاد الوطني والعالمي حيث أنه يثبت أن لها أبعاد إيجابية عديدة يمكن الاستفادة من ورائها إذا ما تم التخطيط لها بصورة واعية ومتوازية سعياً لتحقيق تنمية صحيحة وحقيقية تستهدف الفرد والمجتمع وقادرة على توحيد أهداف ومرامي أفراد المجتمع وتوفير المناخ اللازم لغرس جذور الولاء والانتماء للفرد بما بذله من نفقات تسهم في توازن ميزان المدفوعات للمجتمع.

الأهداف:

- التعرف على اتجاهات أفراد الأسرة نحو السياحة الداخلية.

---

(33) عـبد المجـيد بن طاش محمد نيازى مصطلحات ومفاهيم إنجليزية في الخدمة الاجتماعية مكتبة العبيكان الرياض الطبعة الأولى ٢٠٠٠م سنة ١٤٢١هـ.

(34) ماهر عبد العزيز توفيق صناعة السياحة دار زهران للنشر والتوزيع ١٩٩٧م ص ٢١-٢٢.

(35) ناصـر عقـيل عبد الله الطيار "أثر السياحة على اقتصاديات المملكة العربية السعودية مكتبة العبيكان ١٤٢١هـ - ٢٠٠١م طبعة أولى ص ٣١.

- التعــرف علـــى أهــم الأساليب التي يستخدمها المنظم الاجتماعي في تنمية الوعي لدى السكان نحو السياحة الداخلية.
- التعرف على أهم الصعوبات التي تواجه السياحة الداخلية.
- التعرف على أهم المقترحات لتنمية السياحة الداخلية .

التساؤلات:

- ما مدى تلبية الأماكن السياحية لاحتياجات أفراد الأسرة .
- ما اتجاهات أفراد المجتمع نحو السياحة الداخلية.
- مـــا أهم الأساليب المهنية التي يستخدمها المنظم الاجتماعي في تنمية الوعي لدى السكان نحو السياحة الداخلية.
- ما أهم الصعوبات التي تواجه برامج السياحة الداخلية.
- ما أهم المقترحات لزيادة وعى أفراد المجتمع نحو السياحة الداخلية.

نوع الدراسة:

تنتمـــي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وهى تسعى إلى رصد وتحليل اتجاهات أفراد المجتمع نحو السياحة الداخلية ودور طريقة تنظيم المجتمع لزيادة وعى أفراد المجتمع ونحوها.

منهج الدراسة:

تعـــتمد الدراســـات الوصفية بصفة عامة على مناهج متعددة وأساليب متنوعة في جمع المادة الميدانية والنظـــرية ومعالجتها وقد أعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المسح الاجتماعي بأسلوب العينة في جمع المادة الميدانية من الأفراد المعنيين بالموضوع.

أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على الأدوات التالية:

مقياس اتجاهات حيث أتبعت الباحثة الإجراءات التالية في عملية تعميم الاستبانة وذلك كما يلي:

بناء الاستبانة والإجراءات المنهجية المستخدمة في الدراسة لقد قامت الباحثة في ضوء الأسس العلمية والمنهجية لبناء أدوات القياس والاستبانة بإتباع خطوات عديدة وتمثلت في الآتي:

١)تم اختيار الموضوع وتحديد جوانبه تحديداً دقيقاً ساعد على بناء المقياس. وقد قامت الباحثة باختيار الموضوع بناء على القراءات التي أعطت الباحثة صورة عن عدم إقبال أفراد المجتمع على السياحة الداخلية مقارنة الإقبال على السياحة الخارجية مما ساعدها على الخروج بفكرة الموضوع ومحاولة القراءة المستفيضة منها والتي أدت إلى الوصول إلى هذه النتيجة.

٢) قامت الباحثة بالإطلاع على بعض الأبحاث التي وقعت تحت يدها والمهتمة بموضوع الدراسة حتى يتسنى لها الحصول على معلومات وافية عن الموضوع والاستفادة من الخبرات السابقة في هذا المجال.

٣) ثم بعد ذلك تحديد عبارات الاستبانة والمرتبطة بالموضوع.

٤) تم عرض الاستبانة على عدد من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس في كلية الخدمة الاجتماعية للبنات بالرياض وجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية وقد بلغ عددهم ١٣ محكماً وذلك للتحقيق من صدق الاستبانة الظاهري من حيث نوع العبارات وصياغتها ومدى ملائمتها للموضوع كذلك مدى وضوح هذه العبارات بالإضافة إلى مدى مناسبة العبارة للموضوع، هذا إلى جانب الاستفادة من خبرات وآراء المحكمين في إعادة صياغة عبارات الاستبانة أو حذف بعض العبارات التي حصلت على اقل من ٨٠٪ من موافقة المحكمين على صلاحياتها.

قامت الباحثة بتحديد أوزان الاستبانة وهي:

تتمثل في ثلاث أوزان موافق، موافق إلى حد ما غير موافق ثم تطبيق الاستبانة على عدد ٢٥ مفردة من الوكالة المساعدة بهدف الوصول إلى ثبات الاستبانة من خلال معامل الارتباط بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني الذي تم على نفس المفردات بعد ١٥ يوماً من التطبيق الأول حيث بلغ معامل ثبات الاستبانة ٩٧٪ أي أن معامل الصدق الإحصائي بلغ ٩٨٪.

التحليل الإحصائي:

اعتمدت الباحثة في التحليل الإحصائي للبيانات الميدانية بصفة عامة على البرنامج الإحصائي "SPSS" باستخدام الحاسب الآلي.

مجالات الدراسة:

تم تحديد هذه المجالات على النحو التالي:

المجال المكاني:

تم تطبيق الدراسة في مدينة الرياض على الوكالة المساعدة للشئون التعليمية وذلك للأسباب التالية:

١- عمل الباحثة بها .

٢- وجود عدد من أفراد المجتمع على اختلاف مستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.

المجال البشرى:

جميع العاملين في الوكالة المساعدة للشئون التعليمية وعددهم ٩٠ مفردة تم توزيع عدد ٩٠ استمارة أسترجع منها ٧٠ استمارة

١٠ في أجازة أمومة.

٥ في أجازة رعاية طفل.

٥ رفضت تعبئة الاستمارة.

والجدول التالي يوضح خصائص عينة الدراسة .

جدول (١)

يوضح خصائص عينة البحث ن=٧٠

الاستجابات		التكرار ن=٧٠	%
الفئة العمرية	من ٢٠ إلى ٢٥ عام	٧	١٠
	من ٢٥ إلى ٣٠عام	٢	٢,٨٦
	من ٣٠ إلى ٣٥ عام	٥	٧,١٤
	من ٣٥ إلى ٤٠عام	٢٣	٣٢,٩
	من ٤٠ إلى ٤٥ عام	٢٧	٣٨,٦
	من ٤٥ إلى ٥٠عام	١	١,٤٣
	من ٥٠ إلى ٥٥عام	٣	٤,٢٨
	أكثر من ٥٥ عام	٢	٢,٨٦
الحالة الاجتماعية	متزوجة	٤٨	٦٨,٦
	عزباء	١٣	١٨,٦
	مطلقة	٧	١٠
	أرملة	٢	٢,٨
المستوى التعليمي	الثانوية	٧	١٠
	دبلوم	١٤	٢٠
	جامعي	١٣	١٨,٦
	ماجستير	١٩	٢٧,١٤
	دكتوراه	١٧	٢٤,٢٩
سنوات الخبرة	من ٥إلى ١٠ عام	٤	٥,٧١
	من ١٠ إلى ١٥عام	١٤	٢٠
	من ١٥إلى ٢٠عام	٤٧	٦٧,١٤
	من ٢٠ إلى ٢٥عام	٣	٤,٢٨
	من ٢٥إلى ٣٠ عام	٢	٢,٨٦
	٣٠ عام فأكثر	٠	٠
نوع السكن	شقة	١٤	٢٠
	فيلا	٥٤	٧٧,١٤
	قصر	٢	٢,٨٦
ملكية السكن	إيجار	٣٤	٤٨,٦
	ملك	٣٦	٥١,٤
الدخل الشهري	اقل من ٣٠٠٠ ريال	٣	٤,٢٨
	من ٣٠٠٠ إلى ٦٠٠٠ ريال	١٠	١٤,٣
	من ٦٠٠٠ إلى ٩٠٠٠ ريال	٢٦	٣٧,١٤
	من ٩٠٠٠ إلى ١٢٠٠٠ ريال	٢٠	٢٨,٥٧
	من ١٢٠٠٠ إلى ١٥٠٠٠ ريال	٧	١٠
	أكثر من ١٥٠٠٠ ريال	٤	٥,٧١

يتضـــح من الجدول السابق أن ٣٨,٦% من أفراد العينة في الفئة العمرية من ٤٠ إلى ٤٥ عام، ونسبة ٣٢,٩% منهم بالفئة العمرية من ٣٥ إلى ٤٠عام، ونسبة ١٠% منهم بالفئة العمرية من ٢٠ إلى ٢٥ عام.

ويتضـــح من الجدول السابق أن اغلب أفراد العينة من المتزوجات بنسبة ٦٨,٦%، ثم العزباء بنسبة ١٨,٦% .

يتضح من الجدول السابق أن اغلب أفراد العينة من الحاصلات على درجة الماجستير بنسبة ٢٧,١٤% ثم الحاصلات على الدكتوراه بنسبة ٢٤,٢٩% ، ثم الحاصلات على مؤهل علي بنسبة ١٨,٦%.

يتضـــح مـــن الجـــدول السابق أن اغلب أفراد العينة لديهن سنوات خبرة من ١٥ إلى ٢٠ سنة بنسبة ٦٧,١٤% ثم اللاتي لديهن سنوات خبرة من ١٠ إلى ١٥ عام بنسبة ٢٠% .

يتضح من الجدول السابق أن اغلب أفراد العينة يسكن في فيلا بنسبة ٧٧,١٤% .

يتضـــح من الجدول السابق أن نسبة ٥١,٤% من أفراد العينة يسكن في مسكن ملكهن ونسبة ٤٨,٦ % منهم يسكن في مساكن إيجار.

يتضـــح من الجدول السابق أن اغلب أفراد العينة دخلهن من ٦٠٠٠ إلى ٩٠٠٠ ريال بنسبة ٣٧,١٤ % ، ثم اللاتي دخلهن من ٩٠٠٠ إلى ١٢٠٠٠ بنسبة ٢٨,٥٧% .

نتائج البحث:

١- مدى تلبية الأماكن السياحية لاحتياجات أفراد الأسرة :

جدول (٢)

يوضح مدى تلبية الأماكن السياحية لاحتياجات

أفراد الأسرة لعينة البحث ن=٧٠ـ

الإستجابات	التكرار	%
تلبي بشكل تام	٦	٨,٥٧
إلى حد ما	٧	١٠
لم تلبي الاحتياجات	٥٧	٨١,٤
الجمـــــلة	٧٠	١٠٠

يتضـــح من الجدول السابق أن ٨١,٤% من أفراد العينة يرون أن الأماكن السياحية لا تلبي احتياجات أفـتراد الأسرة ، ونسبة ٨,٥٧% منهم يرون أنها تلبي احتياجات أفراد الأسرة بشكل تام، ونسبة ١٠% منهم يرون أنها تلبي احتياجات أفراد الأسرة إلى حد ما.

أ- الفروق بين الفئات العمرية في مدى تلبية الأماكن السياحية لاحتياجات أفراد الأسرة :

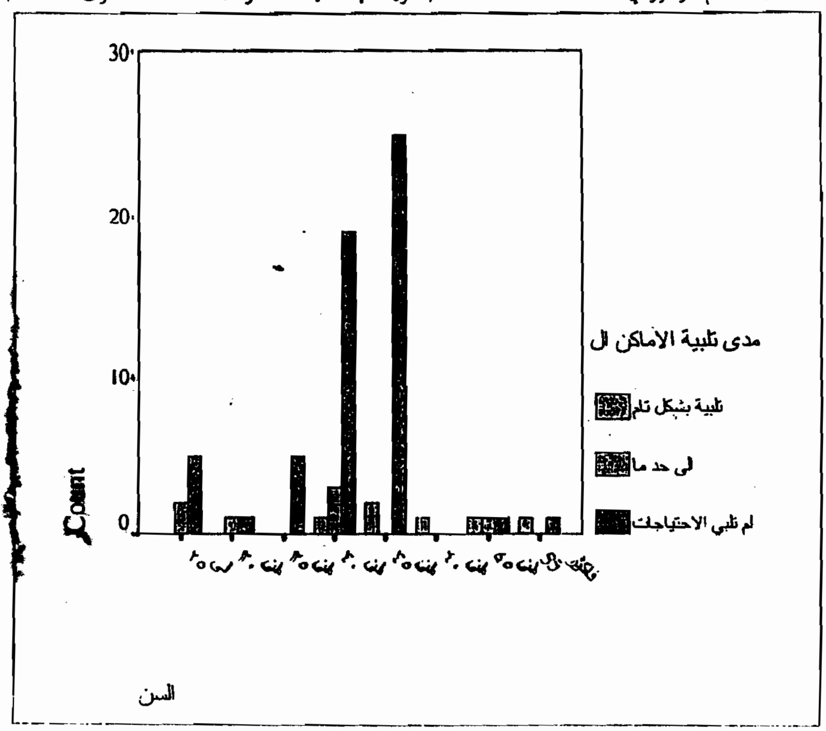
جدول (٣)

يوضح قيمة كا٢ لدلالة الفروق بين الفئات العمرية في

مدى تلبية الأماكن السياحية لاحتياجات أفراد الأسرة لعينة البحث ن=٧٠

الاستجابات		تلبي بشكل تام		إلى حد ما		لا تلبي		جملة		كا٢	الدلالة د ح ١٤
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
الفئة العمرية	من ٢٠ إلى ٢٥ عام	-	-	٢	٢٧,٦	٥	٧١,٤	٧	١٠٠	٣١,٤٥	٠,٠١
	من ٢٥ إلى ٣٠عام	-	-	١	٥٠	١	٥٠	٢	١٠٠		
	من ٣٠ إلى ٣٥ عام	-	-	-	-	٥	١٠٠	٥	١٠٠		
	من ٣٥ إلى ٤٠عام	١	٤,٣	٣	١٣	١٩	٨٢,٦	٢٣	١٠٠		
	من ٤٠ إلى ٤٥ عام	٢	٧,٤	-	-	٢٥	٩٢,٦	٢٧	١٠٠		
	من ٤٥ إلى ٥٠عام	١	١٠٠	-	-	-	-	١	١٠٠		
	من ٥٠ إلى ٥٥عام	١	٣٣,٣	١	٣٣,٣	١	٣٣,٣	٣	١٠٠		
	أكثر من ٥٥ عام	١	٥٠	-	-	١	٥٠	٢	١٠٠		
جملة		٦	٨,٦	٧	١٠	٥٧	٨١,٤	٧٠	١٠٠		

قوة العلاقة باستخدام كرامرز في Cramer's V - ٠,٤٧٤ ويعتد إحصائيا بهذه القوة لأنها دالة عند مستوى دلالة ٠,٠١



يتضح من الجدول السابق أن أكثر الفئات العمرية الذين يرون أن الأماكن السياحية تلبي احتياجات أفراد الأسرة بشكل تام الفئة العمرية من ٤٥ إلى ٥٠ سنة بنسبة ١٠٠% ، وتليها الفئة العمرية أكثر من ٥٥ عام بنسبة ٥٠%، وأكثر فئات التي ترى أن الأماكن السياحية لا تلبي احتياجات أفراد الأسرة الفئة العمرية من ٤٠ إلى ٤٥ سنة بنسبة ٩٢,٦% ، ثم تليها الفئة العمرية من ٣٥ إلى ٤٠ سنة بنسبة ٨٢,٦ % .

كذلك يتضح أيضا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية في رؤيتهم لمدى تلبية السياحة الداخلية لاحتياجات أفراد الأسرة ، حيث كانت قيمة كا٢ =٣١,٤٥ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠١، أي انه توجد علاقة بين الفئة العمرية ومدى تلبية السياحة الداخلية لاحتياجات أفراد الأسرة وان كانت العلاقة متوسطة .

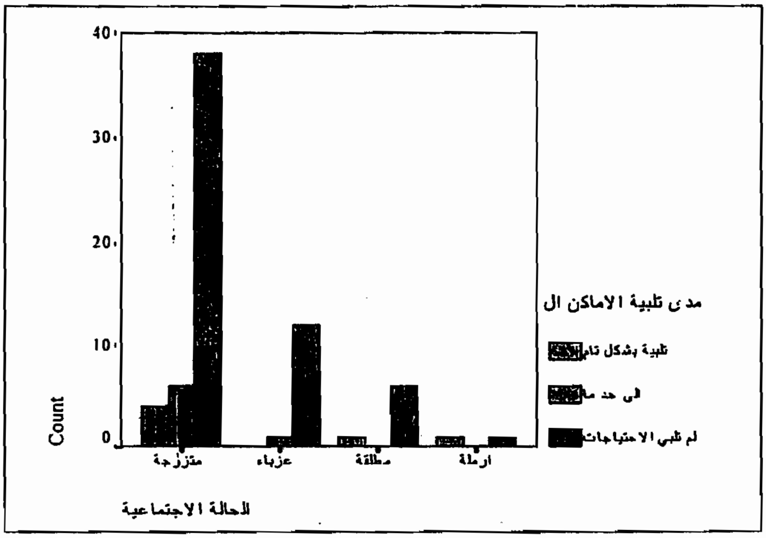
ب- الفروق بين الحالات الاجتماعية في مدى تلبية الأماكن السياحية لاحتياجات أفراد الأسرة :

جدول (٤)

يوضح قيمة كا٢ لدلالة الفروق بين الحالات الاجتماعية في

مدى تلبية الأماكن السياحية لاحتياجات ألراد الأسرة لعينة البحث ن=٧٠

الاستجابات		تلبي بشكل تام		الى حد ما		لا تلبي		جملة		كا٢	لدلالة د ح٦
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
الحالة الاجتماعية	متزوجة	٤	٨,٣	٦	١٢,٥	٣٨	٧٩,٢	٤٨	١٠٠	٧,١٤	غير دالة
	عزباء	-	-	١	٧,٧	١٢	٩٢,٣	١٣	١٠٠		
	مطلقة	١	١٤,٣	-	-	٦	٨٥,٧	٧	١٠٠		
	أرملة	١	٥٠	-	-	١	٥٠	٢	١٠٠		
	جملة	٦	٨,٦	٧	١٠	٥٧	٨١,٤	٧٠	١٠٠		



يتضح من الجدول السابق أن أكثر أفراد العينة الذين يرون أن الأماكن السياحية تلبي احتياجات أفراد الأسرة بشكل تام الأرامل بنسبة ٥٠ %، وأكثر فئات التي ترى أن الأماكن السياحية لا تلبي احتياجات أفراد الأسرة العزباء بنسبة ٩٢,٣%، ثم تليها المطلقات بنسبة ٨٥,٧ %.

كذلك يتضح أيضا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى تلبية السياحة الداخلية لاحتياجات أفراد الأسرة باختلاف الحالة الاجتماعية، حيث كانت قيمة كا٢ =٧,١٤ وهي غير دالة عند أي مستوى دلالة ٠,٠.

ج- الفروق بين المستويات التعليمية في مدى تلبية الأماكن السياحية لاحتياجات أفراد الأسرة :

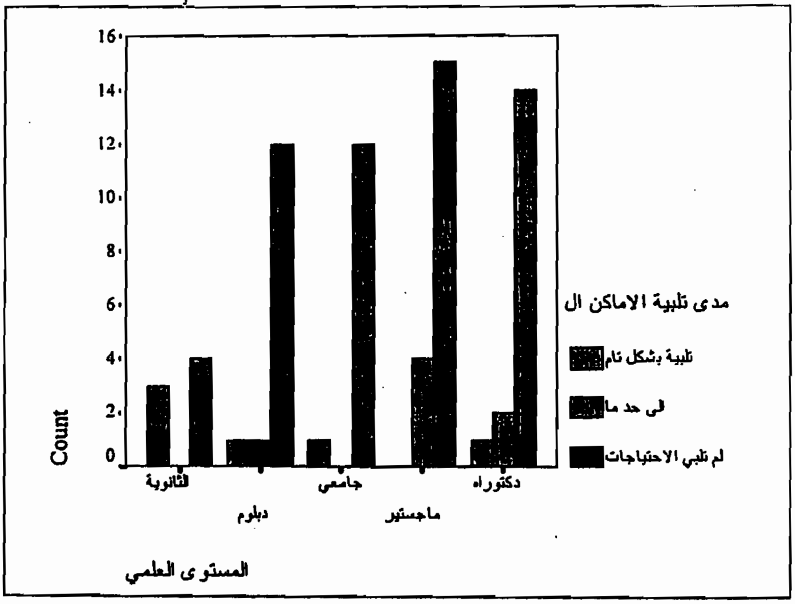
جدول (٥)

يوضح قيمة كا٢ لدلالة الفروق بين المستويات التعليمية في

مدى تلبية الأماكن السياحية لاحتياجات أفراد الأسرة لعينة البحث ن=٧٠

	الاستجابات	تلبي بشكل تام		إلى حد ما		لا تلبي		جملة		كا٢	الدلالة د ح ٨
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
المستوى التعليمي	الثانوية	٣	٤٢,٩	-	-	٤	٥٧,١	٧	١٠٠	١٦,٦	٠,٠٥
	دبلوم	١	٧,١	١	٧,١	١٢	٨٥,٧	١٤	١٠٠		
	جامعي	١	٧,٧	-	-	١٢	٩٢,٣	١٣	١٠٠		
	ماجستير	-	-	٤	٢١,١	١٥	٧٨,٩	١٩	١٠٠		
	دكتوراه	١	٥,٩	٢	١١,٨	١٤	٨٢,٣	١٧	١٠٠		
	جملة	٦	٨,٦	٧	١٠	٥٧	٨١,٤	٧٠	١٠٠		

قوة العلاقة باستخدام كرامرز في Cramer's V = ٠,٣٤٥ ويعتد إحصائيا بهذه القوة لأنها دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥



يتضح من الجدول السابق أن أكثر أفراد العينة الذين يرون أن الأماكن السياحية تلبي احتياجات أفراد الأسرة بشكل تام هم الحاصلات على الثانوية العامة بنسبة ٤٢,٩% ، وأكثر فئات التي ترى أن الأماكن السياحية لا تلبي احتياجات أفراد الأسرة الحاصلات على مؤهل جامعي بنسبة ٩٢,٣% ، ثم تليها الحاصلات على دبلوم بنسبة ٨٥,٧ % .

كذلك يتضح أيضا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤهل في مدى تلبية السياحة الداخلية لاحتياجات أفراد الأسرة ، حيث كانت قيمة كا٢ =١٦,٦ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥، أي انه توجد علاقة ضعيفة بين المؤهل ومدى تلبية السياحة الداخلية لاحتياجات أفراد الأسرة.

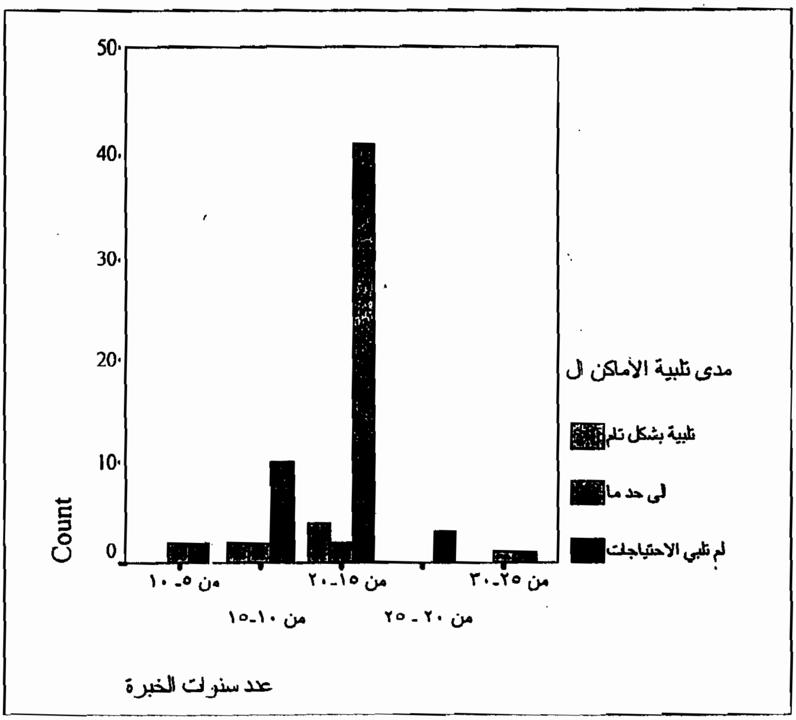
د- الفروق بين مستويات الخبرة في مدى تلبية الأماكن السياحية لاحتياجات أفراد الأسرة :

جدول (٦)

يوضح قيمة كا٢ لدلالة الفروق بين سنوات الخبرة في

مدى تلبية الأماكن السياحية لاحتياجات أفراد الأسرة لعينة البحث ن= ٧٠

الاستجابات		تلبي بشكل تام		إلى حد ما		لا تلبي		جملة		كا٢	لدلالة د ح ٨
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
سنوات الخبرة	من ٥ إلى ١٠ عام	-	-	٢	٥٠	٢	٥٠	٤	١٠٠	١٤,٢	غير دالة
	من ١٠ إلى ١٥عام	٢	١٤,٣	٢	١٤,٣	١٠	٧١,٤	١٤	١٠٠		
	من ١٥ إلى ٢٠عام	٤	٨,٥	٢	٤,٣	٤١	٨٧,٢	٤٧	١٠٠		
	من ٢٠ إلى ٢٥عام	-	-	-	-	٣	١٠٠	٣	١٠٠		
	من ٢٥ إلى ٣٠ عام	-	-	١	٥٠	١	٥٠	٢	١٠٠		
	جملة	٦	٨,٦	٧	١٠	٥٧	٨١,٤	٧٠	١٠٠		



يتضح من الجدول السابق أن أكثر أفراد العينة الذين يرون أن الأماكن السياحية تلبي احتياجات أفراد الأسرة بشكل تام ذوي سنوات الخبرة من ١٠ إلى ١٥ سنة بنسبة ١٤,٣% ، وأكثر الفئات التي ترى أن الأماكن السياحية لا تلبي احتياجات أفراد الأسرة كانت ذوي خبرة من ٢٠ إلى ٢٥ سنة بنسبة ١٠٠% ، ثم يليها ذوي خبرة من ١٥ إلى ٢٠سنة بنسبة ٨٧,٢ % .

كذلك يتضح أيضا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الخبرة المختلفة في رؤيتهم لمدى تلبية السياحة الداخلية لاحتياجات أفراد الأسرة ، حيث كانت قيمة كا٢ =١٤,٢ وهي غير دالة عند أي مستوى دلالة . ·

هـــ- الفروق بين فئات الدخل في مدى تلبية الأماكن السياحية لاحتياجات أفراد الأسرة :

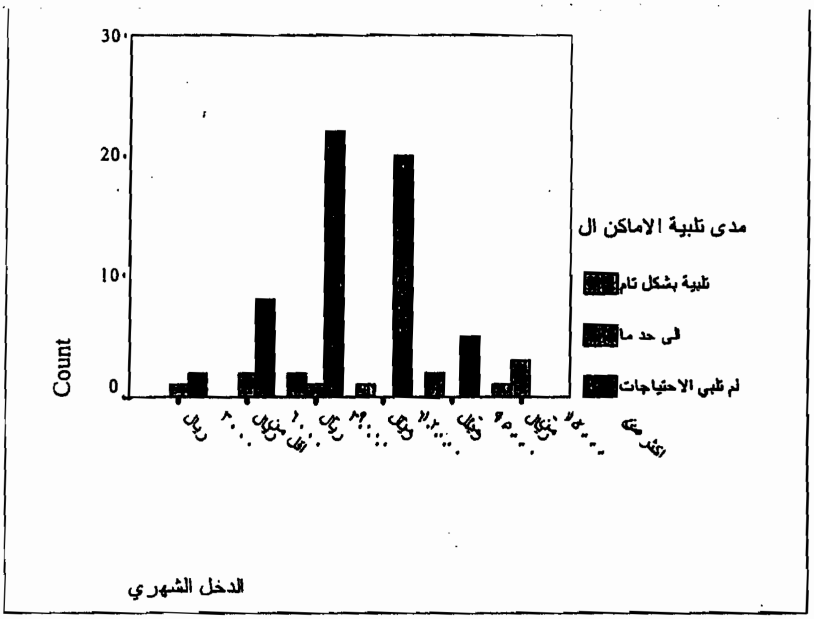
جدول (٧)

يوضح قيمة كا٢ لدلالة الفروق بين فئات الدخل في

مدى تلبية الأماكن السياحية لاحتياجات أفراد الأسرة لعينة البحث ن=٧٠

الاستجابات		تلبي بشكل تام		إلى حد ما		لا تلبي		جملة		كا٢	الدلالة د ح١٠
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
الدخل الشهري	أقل من ٣٠٠٠ ريال	-	-	١	٣٣,٣	٢	٦٦,٧	٣	١٠٠	٣٣,٣	٠,٠٠١
	من ٣٠٠٠ : ٦٠٠٠ ريال	-	-	٢	٢٠	٨	٨٠	١٠	١٠٠		
	من ٦٠٠٠ : ٩٠٠٠ ريال	٢	٨	١	٤	٢٢	٨٨	٢٥	١٠٠		
	من ٩٠٠٠ : ١٢٠٠٠ ريال	١	٤,٨	-	-	٢٠	٩٥,٢	٢١	١٠٠		
	من ١٢٠٠٠ :١٥٠٠٠ريال	٢	٢٨,٦	-	-	٥	٧١,٤	٧	١٠٠		
	أكثر من ١٥٠٠٠ ريال	١	٢٥	٣	٧٥	-	-	٤	١٠٠		
	جملة	٦	٨,٦	٧	١٠	٥٧	٨١,٤	٧٠	١٠٠		

قوة العلاقة باستخدام كرامرز في Cramer's V-٠,٤٨٨ ، ويعتد إحصائيا بهذه الفروق لأنها دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١



يتضح من الجدول السابق أن أكثر أفراد العينة الذين يرون أن الأماكن السياحية تلبي احتياجات أفراد الأسرة بشكل تام ذوي الدخل من ١٢٠٠٠ إلى ١٥٠٠٠ريال بنسبة ٢٨,٦% ،وأكثر الفئات التي ترى أن الأماكن السياحية لا تلبي احتياجات أفراد الأسرة كانت ذوي الدخل من ٩٠٠٠إلى ١٢٠٠٠ ريال بنسبة ٩٥,٢% ، ثم يليها ذوي فئات الدخل من ٦٠٠٠إلى ٩٠٠٠ ريال بنسبة ٨٨ % .

كذلك يتضح أيضا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الدخل المختلفة في رؤيتهم لمدى تلبية السياحة الداخلية لاحتياجات أفراد الأسرة ، حيث كانت قيمة كا٢ =٣٣,٣ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ ، أي انه توجد علاقة متوسطة بين فئات الدخل وبين مدى رؤيتهم لمدى تلبية السياحة الداخلية لاحتياجات الأسرة.

٢-ما اتجاهات أفراد المجتمع نحو السياحة الداخلية:

جدول رقم(٨)

متوسطات درجات أفراد عينة الدراسة و انحرافاتها المعيارية على عبارات الاتجاهات نحو السياحة الداخلية

م	العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		المتوسط الحسابي	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%		
١	أجد أن لدينا مؤسسات لديها القدرة على إحداث تغيير في برامج السياحة الداخلية	٤٢	٦٠	٢٠	٢٨,٦	٨	١١,٤	٢,٤٨	٣٣
٢	أجد أن المجتمع لا يبذل جهود لتحسين وضع المناطق السياحية	٤٨	٦٨,٦	١٩	٢٧,١	٣	٤٢٩	٢,٦٤	١٢
٣	أي أن هناك جهود جبارة لتحسين السياحة الداخلية	٣٨	٥٤,٣	٣٠	٤٢,٨٥	٢	٢,٨٥	٢,٥١	٢٨
٤	صناعة السياحة الداخلية تحتاج إلى جهد كبير وطويل كي يكون على المستوى المطلوب	٤٤	٦٢,٨٥	٢٣	٣٢,٨	٣	٤,٢٩	٢,٥٩	٢٣
٥	أجد أن اهتمام المجتمع بالبرامج التوعوية الخاصة بالسياحة الداخلية غير كافية	٣٧	٥٢,٨٥	٣٠	٤٢,٨٥	٣	٤,٢٩	٢,٤١	٣٩
٦	المجتمع يبذل جهود توعوية جبارة بأهمية السياحة الداخلية	٣٢	٤٥,٧٢	٣٣	٤٧,١٤	٥	٧,١٤	٢,٣٩	٤٠
٧	أجد أنه لا يوجد عمل جاد يسهم في تحسين المناطق السياحية	٤٩	٧٠	١٢	١٧,١٤	٩	١٢,٩	٢,٥٧	٢٥
٨	أجد أن عدم إقبال أفراد المجتمع على السياحة الداخلية هو لضعف الإمكانيات السياحية	٥٠	٧١,٤	١١	١٥,٧	٩	١٢,٩	٢,٥٩	٢٤
٩	أجد أن الانجازات التي تتم بالمناطق السياحية غير كافية	٤٧	٦٧,١٤	٢١	٣٠	٢	٢,٨٦	٢,٦٤	١٣
١٠	هناك خدمات سياحية بالمناطق جيدة تسهم في جذب السياح	٥١	٧٢,٩	١١	١٥,٧	٨	١١,٤	٢,٦١	٢٠
١١	أجد أن لوسائل الإعلام دور في جذب المواطن نحو السياحة الداخلية	٥١	٧٢,٩	١٣	١٨,٥	٦	٨,٦	٢,٦٤	١٤
١٢	ضعف الإعلام السياحي يسهم في عدم توضيح أهمية المناطق السياحية	٣٨	٥٤,٢٨	٣٠	٤٢,٨٦	٢	٢,٨٦	٢,٥١	٢٩
١٣	أجد أن مرحلة التخطيط والتنفيذ لمشروعات السياحة بطيئة	٣٠	٤٢,٨٦	٣٥	٥٠	٥	٧,١٤	٢,٣٦	٤٤
١٤	أجد أن انجازات للمشروعات السياحية سريعة ومتجددة	٤٥	٦٤,٣	١٣	١٨,٦	١٢	١٧,١	٢,٤٧	٣٤
١٥	أجد أن التسهيلات السياحية كافية	٥٤	٧٧,١	٨	١١,٤	٨	١١,٤	٢,٦٦	١١
١٦	أجد أن التسهيلات السياحية غير كافية ولا تشجع على السياحة الداخلية	١٠	١٤,٣	٥٤	٧٧,١	٦	٨,٦	٢,٠٦	٥٥

تابع جدول رقم(٨)

م	العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		المتوسط الحسابي	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%		
١٧	أجد أن المنتج السياحي باهظ التكاليف	٤٨	٦٨,٦	١٨	٢٥,٧	٤	٥,٧	٢,٦٣	١٦
١٨	أجد أن الأسعار السياحية مدروسة	٣٣	٤٧,١	٣٠	٤٢,٩	٧	١٠	٢,٣٧	٤٢
١٩	أجد أن الأسعار السياحية سبب وراء ضعف اتجاه أفراد المجتمع نحو السياحة الداخلية	٣٤	٤٨,٦	٣٣	٤٧,١	٣	٤,٣	٢,٤٤	٣٧
٢٠	أهمية وجود التعاون بين المؤسسات لزيادة الإقبال نحو السياحة الداخلية لابد من الاهتمام بالناحية الإعلامية	٤٤	٦٢,٩	٢٠	٢٨,٥	٦	٨,٦	٢,٥٤	٢٦
٢١	لزيادة الإقبال على السياحة الداخلية لابد أن تسهم جميع المؤسسات بهذا القطاع	٥٧	٨١,٤	٩	١٢,٩	٤	٥,٧	٢,٧٦	٦
٢٢	أرى أن برامج السياحة يجب أن تأخذ جانب ترفيهي في المقام الأول	٦٧	٩٥,٧	٢	٢,٩	١	١,٤	٢,٩٤	١
٢٣	أرى أن بالخدمات المقدمة في المناطق السياحية لا تسهم في نمو السياحة الداخلية	٣	٤,٣	٦٦	٩٤,٣	١	١,٤	٢,٠٣	٥٦
٢٤	أجد أن برامج السياحة تأخذ جانب تجاري مرتفع	٦٤	٩١,٤	٥	٧,٢	١	١,٤	٢,٩٠	٣
٢٥	أعتقد أن هناك الكثير من عدم الوعي بالسياحة الداخلية	٥٧	٨١,٤	٦	٨,٦	٧	١٠	٢,٧١	٧
٢٦	أجد أن على أفراد المجتمع مسئولية الاهتمام بالسياحة الداخلية لأنها تسهم في التنمية الاقتصادية	٥٤	٧٧,١	٦	٨,٦	١٠	١٤,٣	٢,٦٣	١٧
٢٧	أرى أن تأسيس قاعدة معلومات سياحية تسهم في تنمية السياحة الداخلية	٢٨	٤٠	٣٤	٤٨,٦	٨	١١,٤	٢,٢٩	٤٦
٢٨	أجد أن تأخذ المهن المعرفية دور في الجانب السياحي	٤٤	٦٢,٩	١٨	٢٥,٧	٨	١١,٤	٢,٥١	٣٠
٢٩	أجد ضرورة الاهتمام بالمتنزهات والمناطق الترفيهية يسهم في تنمية السياحة الداخلية	٣٨	٥٤,٣	٢٦	٣٧,١	٦	٨,٦	٢,٤٦	٣٥
٣٠	أجد أن الاهتمام بالحرف اليدوية تسهم في تشجيع السياحة الداخلية	٤٩	٧٠	٧	١٠	١٤	٢٠	٢,٥٠	٣٢
٣١	على رجال الأعمال الاهتمام بالجوانب السياحية مما يسهم في خفض المنتج	٨	١١,٤	٣٧	٥٢,٩	٢٥	٣٥,٧	١,٧٦	٥٧
٣٢	أجد أن هناك حاجة لتوعية أفراد المجتمع بالسياحة الداخلية	٦٥	٩٢,٩	٢	٢,٩	٣	٤,٢	٢,٨٨	٤
٣٣	أرى أنه من المواطنة الإحساس بالسياحة الداخلية	٣٣	٤٧,١	١٣	١٨,٦	٢٤	٣٤,٣	٢,١٣	٥٣
٣٤	أرى أن مادة الإعلام السياحي المحلي محدودة للغاية	٤٧	٦٧,١	٢٠	٢٨,٦	٣	٤,٣	٢,٦٣	١٨

تابع جدول رقم(٨)

م	العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		المتوسط الحسابي	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%		
٣٥	أرى أن اتجـاه أفـراد المجـتمع نحو السياحة الداخلية فيه مشاركة لتنمية الناحية الاقتصادية	٢٥	٣٥,٧	٣٣	٤٧,١	١٢	١٧,١	٢؛١٩	٥٠
٣٦	أجـد أن الأنشطة المتكررة وارتفاع أسعاره تسهم في عدم فاعلية السياحة الداخلية	٥٥	٧٨,٦	٩	١٢,٨	٦	٨,٦	٢,٧٠	٨
٣٧	أرى أن أسعار السياحة غير محددة	٥٨	٨٢,٩	٣	٤,٣	٩	١٢,٨	٢,٧٠	٩
٣٨	السياحة الداخلية في المجتمع لا تناسب حاجة جميع الأفراد	٦٧	٩٥,٧	١	١,٤	٢	٢,٩	٢,٩٣	٢
٣٩	المنـتج السـياحي غير مناسب لاحتياجات سكان المجتمع	٥٢	٧٤,٣	٩	١٢,٨	٩	١٢,٨	٢,٦١	٢١
٤٠	السياحة الداخلية بحاجة إلى مزيد من التجديد والتطوير في المناطق السياحية	١٨	٢٥,٧	٣٩	٥٥,٧	١٣	١٨,٦	٢,٠٧	٥٤
٤١	المنتج السياحي مكرر عام بعد عام	٣٩	٥٥,٧	١٨	٢٥,٧	١٣	١٨,٦	٢,٣٧	٤٣
٤٢	أجد أن السياحة الداخلية لم تراعي في برامجها مستويات المجتمع	٤٠	٥٧,٢	٢٢	٣١,٤	٨	١١,٤	٢,٤٦	٣٦
٤٣	المرافق العامة السياحية غير مناسبة لاحتياجات جميع فئات المجتمع	٢٨	٤٠	٣٢	٤٥,٧	١٠	١٤,٣	٢,٢٦	٤٧
٤٤	أرى أن أنشـطة برامج السياحة الداخلية في المجـتمع موجهة لتلبية احتياجات جميع فئات المجتمع	٢٢	٣١,٤	٤٠	٥٧,٢	٨	١١,٤	٢,٣١	٤٥
٤٥	أرى أن ل مؤسسـة مجتمعـية عليها دور في المشـاركة في تنمية السياحة الداخلية بصورة جيدة	٤٩	٧٠	٣	٤,٣	١٨	٢٥,٧	٢,٤٤	٣٨
٤٦	السياحة الداخلية تعني مصروفات عالية دون عائد سياحي جيد	٥٣	٧٥,٧	٩	١٢,٩	٨	١١,٤	٢,٦٤	١٥
٤٧	من الممكن أن تكون السياحة الداخلية أفضل من السياحة الخارجية	٥٩	٨٤,٢	٩	١٢,٩	٢	٢,٩	٢,٨١	٥
٤٨	أجـد أن السياحة الداخلية تسهم في التواصل الأسري	٤٦	٦٥,٧	١٥	٢١,٤	٩	١٢,٩	٢,٥٣	٢٧
٤٩	السياحة الخارجية أكثر متعة وأقل تكلفة	٥١	٧٢,٩	١١	١٥,٧	٨	١١,٤	٢,٦١	٢٢
٥٠	أجد ان القيام بالسياحة الداخلية غير مجدي	٤٧	٦٧,١	٣	٤,٣	٢٠	٢٨,٦	٢,٣٩	٤١
٥١	أجـد أن السـياحة الداخلية بديل للسياحة الخارجية في الوقت الحالي	٣٨	٥٤,٢	٣٠	٤٢,٩	٢	٢,٩	٢,٥١	٣١

تابع جدول رقم(٨)

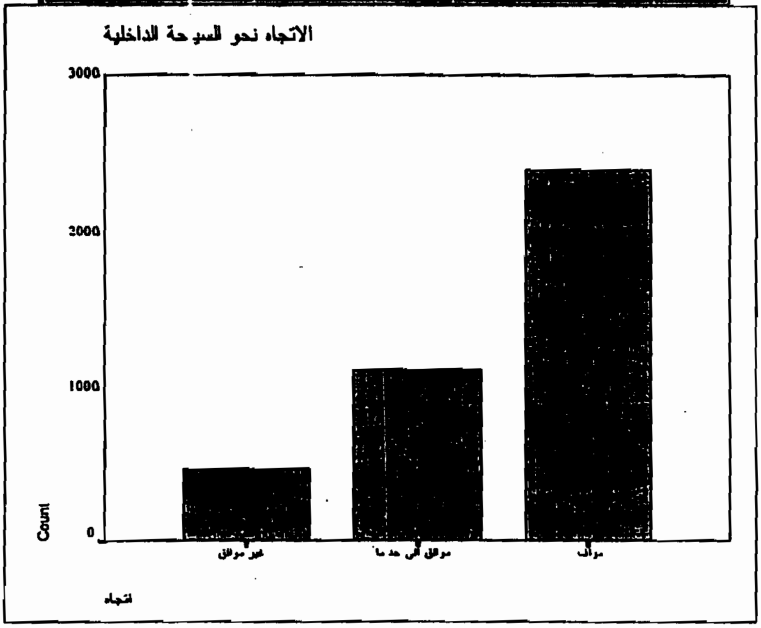
م	العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		المتوسط الحسابي	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%		
٥٢	الشعور بالأمان والراحة هما أكبر ما يميزان السياحة الداخلية	٢٣	٣٢,٩	٤٠	٥٧,١	٧	١٠	٢,٢٣	٤٨
٥٣	المناطق السياحية لا يوجد لها اهتمام بالنظافة	٥٣	٧٥,٧	١٢	١٧,١	٥	٧,٢	٢,٦٩	١٠
٥٤	أشعر أن السياحة الداخلية تتطلب مزيد من الأنشطة السياحية التي تجذب السائح	٣٤	٤٨,٦	١٥	٢١,٤	٢١	٣٠	٢,١٩	٥١
٥٥	أجد أ هناك تحسينات في المناطق السياحية	٣٨	٥٤,٣	٩	١٢,٩	٢٣	٣٢,٨	٢,٢١	٤٩
٥٦	السياحة الداخلية لن تنجح من وجهة نظري ما لم يكن لها اهتمام كافي	٤٩	٧٠	١٦	٢٢,٩	٥	٧,١	٢,٦٣	١٩
٥٧	أجد من مسؤوليات رجال الأعمال تفعيل برامج السياحة الداخلية	٣٠	٤٢,٨	٢٠	٢٨,٦	٢٠	٢٨,٦	٢,١٤	٥٢

يتضح من الجدول (٨) أن العبارات " أرى أن برامج السياحة يجب أن تأخذ جانب ترفيهي في المقام الأول " و عبارة " السياحة الداخلية في المجتمع لا تناسب حاجة جميع الأفراد " وعبارة " أجد أن برامج السياحة تأخذ جانب تجاري مرتفع " وعبارة "أجد أن هناك حاجة لتوعية أفراد المجتمع بالسياحة الداخلية " وعبارة " من الممكن أن تكون السياحة الداخلية أفضل من السياحة الخارجية " بمتوسط (٢,٩٤ ، ٢,٩٣، ٢,٩٠ ، ٢,٨٨، ٢,٨١) على الترتيب، سجلوا أعلى متوسطات بالمقارنة ببقية فقرات المقياس، أي أن أعلى نسب من الموافقة كانت لهذه العبارات على، أما عبارة " على رجال الأعمال الاهتمام بالجوانب السياحية مما يسهم في خفض المنتج" و عبارة " أرى أن بالخدمات المقدمة في المناطق السياحية لا تسهم في نمو السياحة الداخلية " و عبارة " أجد أن التسهيلات السياحية غير كافية ولا تشجع على السياحة الداخلية " و عبارة " السياحة الداخلية بحاجة إلى مزيد من التجديد والتطوير في المناطق السياحية" وعبارة " أرى أنه من المواطنة الإحساس بالسياحة الداخلية" بمتوسط (١,٧٦، ٢,٠٣، ٢,٠٦، ٢,٠٧ ، ٢,١٣) فقد سجلوا أدنى متوسطات بالمقارنة مع بقية فقرات المقياس الأخرى ، أي أن هذه العبارات كانت اقل نسبة موافقة من قبل أفراد العينة .

جدول رقم(٩)

يوضح قيمة كا٢ لدلالة الفروق في الاتجاه نحو السياحة الداخلية

العبارة	الاتجاه		كا٢	الدلالة
	ك	%		د ح٢
موافق	٢٤١٣	٦٠,٥	١٤٨١,٢	٠,٠٠١
موافق إلى حد ما	١١١٣	٢٧,٩		
غير موافق	٤٦٤	١١,٦		
جملة	٣٩٩٠	١٠٠		



يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٦٠,٥% من أفراد العينة استجابوا بالموافقة على عبارات مقياس الاتجاه نحو السياحة الداخلية و ٣٧,٩% منهم كانوا موافقين إلى حد ما ، و١١,٦% منهم كانوا غير موافقين على عبارات الاتجاه نحو السياحة الداخلية.

كذلك يتضح أيضا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في الاتجاه نحو السياحة الداخلية حيث كانت قيمة كا٢ =١٤٨١,٢ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

جدول (١٠)

يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية

الاستجابات		ن	متوسط	انحراف معياري
الفئة العمرية	من ٢٠ إلى ٢٥ عام	٧	١٣٩,٦	٣٩,١
	من ٢٥ إلى ٣٠عام	٢	١٦٩,٥	٠,٧١
	من ٣٠ إلى ٣٥ عام	٥	١٥٤,٢	٢٦,٩
	من ٣٥ إلى ٤٠عام	٢٣	١٥٤,٦	٢٩,٣
	من ٤٠ إلى ٤٥ عام	٢٧	١٣٦,٢	٢١,٦
	من ٤٥ إلى ٥٠عام	١	٨٠,٠	٠
	من ٥٠ إلى ٥٥عام	٣	١٠٠,٧	٥١,٥
	أكثر من ٥٥ عام	٢	١١١	٧٢,١
	جملة	٧٠	١٤١,٨	٣٢,٢
الحالة الاجتماعية	متزوجة	٤٨	١٤٢,٨	٣١,٢
	عزباء	١٣	١٤١,٦	٢٦,٨
	مطلقة	٧	١٤٢,٦	٣٩,٩
	أرملة	٢	١١٥,٥	٧٨,٥
	جملة	٧٠	١٤١,٨	٣٢,٢
المستوى التعليمي	الثانوية	٧	١٠٣,١	٣٥,١
	دبلوم	١٤	١٣٤,٥	٣٢,٤
	جامعي	١٣	١٣٦,٤	٢٩,٦
	ماجستير	١٩	١٤٣,٤	٣١,٢
	دكتوراه	١٧	١٦٦	٦,٩
	جملة		١٤١,٨	٣٢,٢
سنوات الخبرة	من ٥إلى ١٠ عام	٤	١٠١,٣	٥٠,٤
	من ١٠ إلى ١٥عام	١٤	١٣٥,٦	٤٠,٢
	من ١٥إلى ٢٠عام	٤٧	١٤٤,١	٢٦,٢
	من ٢٠ إلى ٢٥عام	٣	١٦٩	١
	من ٢٥إلى ٣٠ عام	٢	١٧١	٠
	جملة		١٤١,٨	٣٢,٢
الدخل الشهري	اقل من ٣٠٠٠ ريال	٣	١٧١	٠
	من ٣٠٠٠ إلى ٦٠٠٠ ريال	١٠	١٦٩,٢	٠,٩٢
	من ٦٠٠٠ إلى ٩٠٠٠ ريال	٢٦	١٦٣	٤,٨
	من ٩٠٠٠ إلى ١٢٠٠٠ ريال	٢٠	١٣٠,٩	١٤,٣
	من ١٢٠٠٠ إلى ١٥٠٠٠ ريال	٧	٩١,٣	١١,٩
	أكثر من ١٥٠٠٠ ريال	٤	٦٤,٣	٧,١٨
	جملة		١٤١,٨	٣٢,٢

جدول (١١)

يوضح تحليل التباين بين إفراد العينة في الاتجاه نحو السياحة الداخلية

الفروق تبعا إلى	البيان	مجموع الدرجات	د.ح	متوسط	ف	الدلالة
الفئة العمرية	بين المجموعات	١٧٧٤٣,٩	٧	٢٥٣٤,٨	٢,٩٣	٠,٠١
	داخل	٥٣٦٥٣,٨	٦٢	٨٦٥,٤		
	مجموع	٧١٣٩٧,٨	٦٩			
الحالة الاجتماعية	بين المجموعات	١٤٣٧,٢	٣	٤٧٩,١	٠,٤٥٢	٠,٧١٧
	داخل	٦٩٩٦٠,٦	٦٦	١٠٦٠		
	مجموع	٧١٣٩٧,٨	٦٩			
المستوى التعليمي	بين المجموعات	٢١٥٧٩,٨	٤	٥٣٩٤,٩	٧,٠٤	٠,٠٠١
	داخل	٤٩٨١٨	٦٥	٧٦٦,٤		
	مجموع	٧١٣٩٧,٨	٦٩			
سنوات الخبرة	بين المجموعات	١١٢٧٨,٢	٤	٢٨١٩,٥	٣,٠٥	٠,٠٢٣
	داخل	٦٠١١٩,٦	٦٥	٩٢٤,٩		
	مجموع	٧١٣٩٧,٨	٦٩			
الدخل الشهري	بين المجموعات	٦٥٧١٢,٢	٥	١٣١٤٢,٤	١٤٧,٩	٠,٠٠١
	داخل	٥٦٨٥,٦	٦٤	٨٨,٨		
	مجموع	٧١٣٩٧,٨	٦٩			

من خلال الجدولين أرقام (١٠) ، (١١) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية في اتجاهاتهم نحو السياحة الداخلية ، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات المؤهل العلمي في الاتجاهات نحو السياحة الداخلية، فكلما ارتفع المؤهل كلما تحسنت الدرجات. فقد حصل الثانوي على متوسط ١٠٣,١درجة ، بينما كان متوسط الأعلى مؤهلا على١٦٦ درجة، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات سنوات الخبرة في الاتجاهات نحو السياحة الداخلية، فكلما زادت سنوات الخبرة كلما تحسنت الدرجات. فقد حصل الأقل خبرة (من ٥ سنوات إلى ١٠ سنوات) على ١٠١,٣ درجة، بينما كان متوسط الأكثر خبرة (من ٢٥ إلى ٣٠سنوات) ١٧١درجة، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الدخل في الاتجاهات نحو السياحة الداخلية فكلما زاد الدخل كلما قلت الدرجات. فقد حصل الأقل دخلا (أقل من ٣٠٠٠ ريال) على ١٧١درجة، بينما كان متوسط الأكثر دخلا (أكثر من ١٥٠٠٠ريال) ٦٤,٣ درجة.

وباستخدام تحليل التباين تبين أن هناك دالة إحصائية بين الفئة العمرية ومتوسط الاتجاه نحو السياحة الداخلية (٢,٩٣) وبين المؤهل العلمي ومتوسط الاتجاه نحو السياحة الداخلية (٧,٠٤) وبين سنوات الخبرة ومتوسط الاتجاه نحو السياحة الداخلية (٣,٠٥) ، وبين مستوى الدخل ومتوسط الاتجاه نحو السياحة الداخلية (١٤٧,٩)، و لم يتبين أن هناك دالة إحصائية بين الحالة الاجتماعية ومتوسط الاتجاه نحو السياحة الداخلية.

٣-مـــا أهم الأساليب المهنية التي يستخدمها المنظم الاجتماعي في تنمية الوعي لدى السكان نحو السياحة الداخلية:

جدول رقم(١٢)

متوسطات درجات أفراد عينة الدراسة و انحرافاتها المعيارية على عبارات

أساليب زيادة وعي أفراد المجتمع بالسياحة الداخلية

م	العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		المتوسط الحسابي	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%		
١	أجـد أن للمؤسسات المجتمعية دور في توعية أفراد المجتمع نحو المناطق السياحية	٣١	٤٤,٣	١٥	٢١,٤	٢٤	٣٤,٣	٢,١	١٨
٢	أجد أن اختيار السياحة الداخلية مناسب للعائلة	١٢	١٧,١	٥٧	٨١,٤	١	١,٤	٢,١٦	١٧
٣	قلـة تكاليف السياحة الداخلية يساعد على اختيارها	٤٧	٦٧,١	٣	٤,٣	٢٠	٢٨,٦	٢,٣٩	٨
٤	أجـد أن من مسؤولية الأفراد تنمية معارفهم نحو السياحة الداخلية	٣٢	٤٥,٧	١٩	٢٧,١	١٩	٢٧,١	٢,١٨	١٦
٥	أجـد أن المـناطق السياحية تتحسن اذا كان لدى المواطنين وعي كافي بأهمية المحافظة عليها	٣٩	٥٥,٧	١١	١٥,٧	٢٠	٢٨,٦	٢,٢٧	١٣
٦	أجـد أن علينا مسؤولية المشاركة في تطوير برامج السياحة الداخلية	٤٠	٥٧,٢	١٥	٢١,٤	١٥	٢١,٤	٢,٣٦	١٢
٧	أجـد أن علينا مسؤولية مع المجتمع للاهتمام بالمناطق السياحية الداخلية	٤٣	٦١,٤	١٧	٢٤,٣	١٠	١٤,٣	٢,٤٧	٥
٨	أجـد أن على أفراد المجتمع عدم تحويل برامج السياحة إلى جوانب تجارية متغالى فيها	٤٩	٧٠	١١	١٥,٧	١٠	١٤,٣	٢,٥٦	٣
٩	أجـد أن كـثير مـن المشاركين في مشاريع السياحة لديهم عدم الإحساس بأهمية المساهمة في رفاهية المواطنين	٤٢	٦٠	١٢	١٧,١	١٦	٢٢,٩	٢,٣٧	١٠
١٠	أرى أن المـواطن الصـالح هـو الذي يهتم بالشؤون المجتمعية	٥١	٧٢,٩	١٣	١٨,٦	٦	٨,٥	٢,٦٤	٢
١١	أرى أن المـواطن الصالح هو الذي يعمل مع ولصالح المجتمع	٥١	٧٢,٩	١٣	١٨,٦	٦	٨,٥	٢,٦٤	١
١٢	أرى أن كـثير مـن البرامج التي تشارك بها المؤسسات الموجودة بالمجتمع لها دور في تنمية الوعي السياحي	٢١	٣٠	٢٩	٤١,٤	٢٠	٢٨,٦	٢,٠١	٢٠
١٣	أنه لابد من الاهتمام بتحسين مناطق السياحة وزيادة الوعي بالمحافظة عليها	٢٧	٣٨,٦	٣٤	٤٨,٦	٩	١٢,٨	٢,٢٦	١٤

تابع جدول رقم(١٢)

م	العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		المتوسط الحسابي	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%		
١٤	أن التحسينات في المناطق السياحية تسهم في زيادة الجذب السياحي	٣٠	٤٢,٩	١٤	٢٠	٢٦	٣٧,١	٢,٠٦	١٩
١٥	أجد أنه إذا تم توفير البرامج التوعوية عن برامج السياحة سوف يؤدي إلى زيادة فاعلية السياحة الداخلية	١٥	٢١,٤	٣٣	٤٧,١	٢٢	٣١,٤	١,٩٠	٢١
١٦	التغيرات في المناطق المجتمعية يجلب الكثير من السياح	٤٠	٥٧,١	١٧	٢٤,٣	١٣	١٨,٦	٢,٣٩	٧
١٧	أجد أن على المجتمع والمؤسسات الاهتمام بكل الأمور لتطوير برامج السياحة الداخلية	٣٣	٤٧,١	١٨	٢٥,٧	١٩	٢٧,١	٢,٢٠	١٥
١٨	أجد أن تكون السياحة الداخلية فاعلة في حالة توافر التسهيلات الكبيرة لها	٤٧	٦٨,١	١٤	٢٠	٩	١٢,٩	٢,٥٤	٤
١٩	أجد أن مسؤولية تفعيل السياحة الداخلية مسؤولية جميع المؤسسات في المجتمع	٣٩	٥٥,٧	١٧	٢٤,٣	١٤	٢٠	٢,٣٦	١١
٢٠	أجد أن بعض أفراد المجتمع يفضل السياحة الخارجية على السياحة الداخلية لجودة المنتج الخارجي	١٦	٢٢,٩	٨	١١,٤	٤٦	٦٥,٧	١,٥٧	٢٣
٢١	أجد أن جميع المواطنين مسئولين في المقام الأول في إنفاق المواد المالية داخل المجتمع	٣٢	٤٥,٧	٣٥	٥٠	٣	٤,٣	٢,٤١	٦
٢٢	أجد أن على كل المهتمين المشاركة في برامج السياحة الداخلية مع التوجيه المناسب لهم	١٨	٢٥,٧	٢٦	٣٧,١	٢٦	٣٧,١	١,٨٩	٢٢
٢٣	أجد أن أكثر الصناعات والبرامج الخاصة بالسياحة الداخلية أقل جودة مقارنة بالمنتج الخارجي	٤٤	٦٢,٩	٨	١١,٤	١٨	٢٥,٧	٢,٣٧	٩

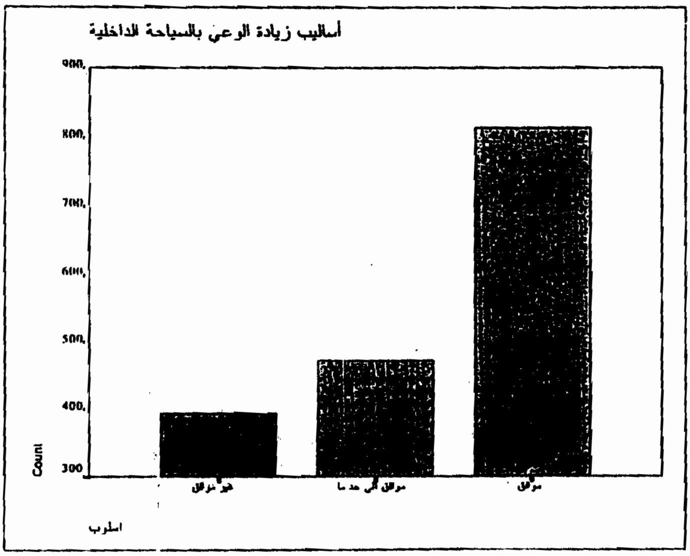
يتضح من الجدول (١٢) أن العبارات " أرى أن المواطن الصالح هو الذي يعمل مع ولصالح المجتمع " و عبارة " أرى أن المواطن الصالح هو الذي يهتم بالشؤون المجتمعية " وعبارة " أجد أن على أفراد المجتمع عدم تحويل برامج السياحة إلى جوانب تجارية متغالى فيها " وعبارة " أجد أن تكون السياحة الداخلية فاعلة في حالة توافر التسهيلات الكبيرة لها " وعبارة " أجد أن علينا مسؤولية مع المجتمع للاهتمام بالمناطق السياحية الداخلية " بمتوسط (٢,٦٤ ، ٢,٦٣، ٢,٥٦ ، ٢,٥٤، ٢,٤٧) على الترتيب ، سجلوا أعلى متوسطات بالمقارنة ببقية فقرات المقياس ،أي أن أعلى نسب من الموافقة كانت لهذه العبارات على . أما عبارة " أجد أن بعض أفراد المجتمع يفضل السياحة

الخارجية على السياحة الداخلية لجودة المنتج الخارجي " و عبارة " أجد أن على كل المهتمين المشاركة في برامج السياحة الداخلية مع التوحيه المناسب لهم " و عبارة " أجد أنه إذا تم توفير البرامج التوعوية عن برامج السياحة سوف يؤدي إلى زيادة فاعلية السياحة الداخلية " و عبارة " أرى أن كثير من البرامج التي تشارك بها المؤسسات الموجودة بالمجتمع لها دور في تنمية الوعي السياحي " وعبارة " أن التحسينات في المناطق السياحية تسهم في زيادة الجذب السياحي ". بمتوسط (١,٥٧، ١,٨٩، ١,٩٠، ١.٠١، ٢,٠٦) فقد سجلوا أدنى متوسطات بالمقارنة مع بقية فقرات المقياس الأخرى ، أي أن هذه العبارات كانت اقل نسبة موافقة من قبل أفراد العينة .

جدول رقم(١٣)

يوضح قيمة كا٢ لدلالة الفروق في أسلوب زيادة الوعي بالسياحة الداخلية

العبارة	أساليب زيادة الوعي		كا٢	الدلالة د ح٢
	ك	%		
موافق	٨١٤	٤٨,٥	١٧٨,٢	٠,٠٠١
موافق إلى حد ما	٤٧٢	٢٨,١		
غير موافق	٣٩٤	٢٣,٤		
جملة	١٦٨٠	١٠٠		



يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٤٨,٥% من أفراد العينة استجابوا بالموافقة على عبارات أساليب زيادة الوعي بالسياحة الداخلية و ٢٨,١% منهم كانوا موافقين إلى حد ما ، و ٢٣,٤% منهم كانوا غير موافقين على عبارات أساليب زيادة الوعي بالسياحة الداخلية.

كذلك يتضح أيضا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في أساليب زيادة الوعي بالسياحة الداخلية حيث كانت قيمة كا٢ =١٧٨,٣ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

جدول (١٤)

يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية

الاستجابات		ن	متوسط	انحراف معياري
الفئة العمرية	من ٢٠ إلى ٢٥ عام	٧	٥٢,٤	٢٠,٢
	من ٢٥ إلى ٣٠عام	٢	٦٠,٠	٠٠
	من ٣٠ إلى ٣٥ عام	٥	٥٨,٨	١٦,٣
	من ٣٥ إلى ٤٠عام	٢٣	٥٤,٥	١٢,٤
	من ٤٠ إلى ٤٥ عام	٢٧	٤٠,٦	١٣,١
	من ٤٥ إلى ٥٠عام	١	٢٥	٠٠
	من ٥٠ إلى ٥٥عام	٣	٣٠,٧	٢١,١
	أكثر من ٥٥ عام	٢	٤٣	٢٦,٩
	جملة	٧٠	٥١,١	١٥,٩
الحالة الاجتماعية	متزوجة	٤٨	٥٢,٥	١٥,٢
	عزباء	١٣	٥٠,٥	١٦,٢
	مطلقة	٧	٥٣,٩	١٩,٢
	أرملة	٢	٤٦,٥	٣١,٨
	جملة	٧٠	٥٢,١	١٥,٩
المستوى التعليمي	الثانوية	٧	٣٥,٤	١٤,٤
	دبلوم	١٤	٤٧,٢	١٤,٩
	جامعي	١٣	٤٧,٥	١٥,٩
	ماجستير	١٩	٥٣,٢	١٥,٤
	دكتوراه	١٧	٦٥,٣	٥,٢
	جملة	٧٠	٥٢,١	١٥,٩
سنوات الخبرة	من ٥إلى ١٠ عام	٤	٣٦,٥	٢١,٨
	من ١٠ إلى ١٥عام	١٤	٥٠,٦	١٧,٢
	من ١٥إلى ٢٠عام	٤٧	٥٢,١	١٤,٦
	من ٢٠ إلى ٢٥عام	٣	٦٩	٠٠
	من ٢٥إلى ٣٠ عام	٢	٦٩	٠٠
	جملة	٧٠	٥٢,١	١٥,٩
الدخل الشهري	اقل من ٣٠٠٠ ريال	٣	٦٩	٠٠٠
	من ٣٠٠٠ إلى ٦٠٠٠ ريال	١٠	٦٨,٩	٠,٣٢
	من ٦٠٠٠ إلى ٩٠٠٠ ريال	٢٦	٦٢,٤	٣,٦
	من ٩٠٠٠ إلى ١٢٠٠٠ ريال	٢٠	٤٣	٨,٨
	من ١٢٠٠٠ إلى ١٥٠٠٠ ريال	٧	٢٧,٣	٢,١
	أكثر من ١٥٠٠٠ ريال	٤	٢٤	٠,٨٢
	جملة	٧٠	٥٢,١	١٥,٩

جدول (١٥)

يوضح تحليل التباين بين إفراد العينة في أسلوب زيادة الوعي بالسياحة الداخلية

الفروق تبعاً لـ	مصدر التباين	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	الدلالة
الفئة العمرية	بين المجموعات	٤٤٧١,١	٧	٦٣٨,٧	٣,٠٥٥	٠,٠١
	داخل	١٢٩٦٣,٢	٦٢	٢٠٩,١		
	مجموع	١٧٤٣٤,٣	٦٩			
الحالة الاجتماعية	بين المجموعات	١٢٧,٧	٣	٤٢,٥٨	٠,١٦٢	٠,٩٢١
	داخل	١٧٣٠٦,٦	٦٦	٢٦٢,٢		
	مجموع	١٧٤٣٤,٣	٦٩			
المستوى التعليمي	بين المجموعات	٥٥٤٢,٣	٤	١٣٨٥,٦	٧,٥٧	٠,٠٠١
	داخل	١١٨٩١,٩	٦٥	١٨٢,٩٥		
	مجموع	١٧٤٣٤,٣	٦٩			
سنوات الخبرة	بين المجموعات	٢٤٣٤,٢	٤	٦٠٨,٦	٢,٦٤	٠,٠٤٢
	داخل	١٥٠٠٠,١	٦٥	٢٣٠,٨		
	مجموع	١٧٤٣٤,٣	٦٩			
الدخل الشهري	بين المجموعات	١٥٥٥٩,٨	٥	٣١١١,٩	١٠٦,٣	٠,٠٠١
	داخل	١٨٧٤,٥	٦٤	٢٩,٣		
	مجموع	١٧٤٣٤,٣	٦٩			

من خلال الجدولين أرقام (١٤) ، (١٥) يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الفئات العمرية في أسلوب زيادة الوعي بالسياحة الداخلية، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات المستويات التعليمـيـة المخـتلفة في أسلوب زيادة الوعي بالسياحة الداخلية، فكلما ارتفع المؤهل كلما تحسنت الدرجات، فقد حصل الحاصلون على الثانوية على متوسط (٣٥,٤) درجة، بينما كان متوسط الحاصلون على دكتوراه (٦٥,٣)درجـة في أساليب زيادة الوعي بالسياحة الداخلية، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات سـنوات الخـبرة المخـتلفة في أسلوب زيادة الوعي بالسياحة الداخلية، ، فكلما زادت سنوات الخبرة كلما تحسـنت درجـات أساليب زيادة الوعي بالسياحة الداخلية. فقد حصل الأقل خبرة (من ٥ سنوات إلى ١٠ سنوات) على(٣٦,٥)درجة ، بينما كان متوسط الأكثر خبرة (من ٢٥ إلى ٣٠سنوات) (٦٩) درجة .

وجـود فـروق ذات دلالـة إحصائية بين متوسطات الدخل الشهري المختلفة في أسلوب زيادة الوعي بالسياحة الداخلية، فكلما زاد الدخل كلما قلت الدرجات. فقد حصل الأقل دخلا (أقل من ٣٠٠٠ ريال) على (٦٩)درجة ، بينما كان متوسط الأكثر دخلا (أكثر من ١٥٠٠٠ريال) (٢٤)درجة.

وباستخدام تحليل التباين تبين أن هناك دالة إحصائية بين الفئة العمرية ومتوسط أساليب زيادة الوعي بالسياحة الداخلية (٣,٠٥٥) ، وهي دالة عند مستوى ٠,٠١ وبين المؤهل العلمي ومتوسط أساليب زيادة الوعي بالسياحة الداخلية (٧,٥٧) ، وهـي دالة عند مستوى ٠,٠١وبين سنوات الخبرة ومتوسط أساليب زيادة الوعي بالسياحة الداخلية (٢,٦٤) ، و هي دالة عـند مستوى ٠,٠٥ ، وبين مستوى الدخل ومتوسط أساليب زيادة الوعي بالسياحة الداخلية (١٠٦,٣) ، و هي دالة عند مستوى ٠,٠٠١، و لم يتبين أن هناك دالة إحصائية بين الحالة الاجتماعية ومتوسط أساليب زيادة الوعي بالسياحة الداخلية .

ما أهم المعوقات التي تواجه برامج السياحة الداخلية.

جدول رقم(١٦)

متوسطات درجات أفراد عينة الدراسة و انحرافاتها المعيارية على عبارات المعوقات المتعلقة بجذب السياحة الداخلية

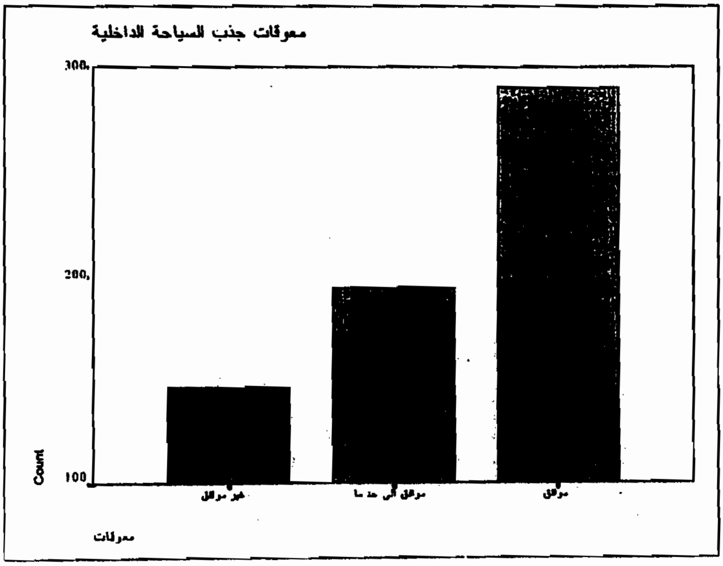
م	العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		المتوسط الحسابي	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%		
١	التركيز لدى وكالات السياحة والسفر على ترويج السياحة الخارجية دون الاهتمام بالسياحة الداخلية	٣٦	٥١,٤	٢٣	٣٢,٩	١١	١٥,٧	٢,٣٦	٤
٢	مراكز الترفيه والأنشطة دون المستوى المرغوب	١٥	٢١,٤	١١	١٥,٧	٤٤	٦٢,٩	١,٥٩	٩
٣	شعور الكثيرين بأن السياحة في الداخل لا تشبع احتياجاته	٤١	٥٨,٦	١٦	٢٢,٨	١٣	١٨,٦	٢,٤٠	٣
٤	القصور الإعلامي في إظهار مقومات السياحة في المناطق السياحية الداخلية وإقناع المواطن بأهمية السياحة الداخلية	٥٣	٧٥,٧	٩	١٢,٩	٨	١١,٤	٢,٦٤	٢
٥	عدم توفر عناصر الجذب السياحي	٦٦	٩٤,٣	١	١,٤	٣	٤,٣	٢,٩٠	١
٦	عدم وجود البرامج السياحية المشجعة والرحلات المنظمة على غرار ما هو مقام في السياحة الخارجية	٤	٥,٧	٥٣	٧٥,٧	١٣	١٨,٦	١,٨٧	٨
٧	يعتبر ارتفاع الأسعار احد المعوقات لبرامج السياحة الداخلية	٣٥	٥٠	١٤	٢٠	٢١	٣٠	٢,٢٠	٥
٨	ارتفاع أسعار الخدمات الترفيهية يعتبر معوق لبرامج السياحة الداخلية	١٧	٢٤,٣	٥٠	٧١,٤	٣	٤,٣	٢,٢٠	٦
٩	ارتفاع أسعار السكن والإعاشة احد المعوقات لبرامج السياحة الداخلية	٢٣	٣٢,٩	١٧	٢٤,٣	٣٠	٤٢,٨	١,٩٠	٧

يتضح من الجدول (١٢) أن أهم معوقات السياحة الداخلية بالسعودية من وجهة نظر أفراد العينة هي" عدم توفر عناصر الجذب السياحي " ثم " القصور الإعلامي في إظهار مقومات السياحة في المناطق السياحية الداخلية وإقناع المواطن بأهمية السياحة الداخلية " ثم " شعور الكثيرين بأن السياحة في الداخل لا تشبع احتياجاته " ثم " لتركيز وكالات السياحة والسفر على ترويج السياحة الخارجية دون الاهتمام بالسياحة الداخلية " ثم" ارتفاع الأسعار احد المعوقات لبرامج السياحة الداخلية " بمتوسط (٢,٩٠، ٢,٦٤، ٢,٤٠، ٢,٣٦، ٢,٢٠) على الترتيب .

جدول رقم(١٧)

يوضح قيمة كا٢ لدلالة الفروق في معوقات جذب السياحة الداخلية

العبارة	أساليب زيادة الوعي		كا٢	الدلالة
	ك	%		د ح٢
موافق	٢٩٠	٤٦	٥١,٢	٠,٠٠١
موافق إلى حد ما	١٩٤	٣٠,٨		
غير موافق	١٤٦	٢٣,٢		
جملة	٦٣٠	١٠٠		



يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٤٦% من أفراد العينة استجابوا بالموافقة على عبارات معوقات جذب السياحة الداخلية و ٣٠,٨% منهم كانوا موافقين إلى حد ما ، و٢٣,٢% منهم كانوا غير موافقين على عبارات معوقات جذب السياحة الداخلية.

كذلك يتضح أيضا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في معوقات جذب السياحة الداخلية حيث كانت قيمة كا٢ =٥١,٢ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

جدول (١٨)

يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية

الاستجابات		ن	متوسط	انحراف معياري
الفئة العمرية	من ٢٠ إلى ٢٥ عام	٧	٢٠,٧	٦,٨٢
	من ٢٥ إلى ٣٠عام	٢	٢٦	٠٠
	من ٣٠ إلى ٣٥ عام	٥	؛٣	٥,٣٩
	من ٣٥ إلى ٤٠عام	٢٣	٢٢,١	٤,٣٥
	من ٤٠ إلى ٤٥ عام	٢٧	١٨,٤	٣,٨٢
	من ٤٥ إلى ٥٠عام	١	١٢	٠٠٠
	من ٥٠ إلى ٥٥عام	٣	١٤,٣	٦,٨
	أكثر من ٥٥ عام	٢	١٥,٥	٩,١٩
	جملة	٧٠	٢٠,١	٥,١٨
الحالة الاجتماعية	متزوجة	٤٨	٢٠,١	٤,٩٦
	عزباء	١٣	٢٠,٢	٤,٩٦
	مطلقة	٧	٢٠,٦	٦,٢
	أرملة	٢	١٨	١٢,٧
	جملة	٧٠	٢٠,١	٥,٢
المستوى التعليمي	الثانوية	٧	١٤,٤	٤,٣
	دبلوم	١٤	١٨	٤,٥
	جامعي	١٣	١٨,٨	٤,٥
	ماجستير	١٩	٢٠,٦	٥,٤
	دكتوراه	١٧	٢٤,٤	٢,٣
	جملة	٧٠	٢٠,١	٥,٢
سنوات الخبرة	من ٥إلى ١٠ عام	٤	١٥	٨,٢
	من ١٠ إلى ١٥عام	١٤	١٩,٥	٦
	من١٥ إلى٢٠عام	٤٧	١٩,٩٦	٤,٣
	من ٢٠ إلى ٢٥عام	٣	٢٦,٣	٠,٥٨
	من٢٥ إلى ٣٠ عام	٢	٢٧	٠٠
	جملة	٧٠	٢٠,١	٥,٢
الدخل الشهري	اقل من ٣٠٠٠ ريال	٣	٢٧	٠٠٠
	من ٣٠٠٠ إلى ٦٠٠٠ ريال	١٠	٢٦,١	٠,٣٢
	من ٦٠٠٠ إلى ٩٠٠٠ ريال	٢٦	٢٢,٩	١,٦
	من ٩٠٠٠ إلى ١٢٠٠٠ ريال	٢٠	١٧,٣	١,٥٨
	من ١٢٠٠٠ إلى ١٥٠٠٠ ريال	٧	١٢,٤	٠,٥٣
	أكثر من ١٥٠٠٠ ريال	٤	٩,٥	١,٠٠
	جملة	٧٠	٢٠,١	٥,٢

جدول (١٩)

يوضح تحليل التباين بين إفراد العينة في معوقات جذب السياحة الداخلية

الفروق تبعا إلى	البيان	مجموع الدرجات	د.ح	متوسط	ف	الدلالة
الفئة العمرية	بين المجموعات	٤٨٦,٦	٧	٦٩,٥	٣,١٥	٠,٠١
	داخل	١٣٦٧,١	٦٢	٢٢,١		
	مجموع	١٨٥٣,٧	٦٩			
الحالة الاجتماعية	بين المجموعات	١٠,٥	٣	٣,٤٨	٠,١٢٥	٠,٩٤٥
	داخل	١٨٤٣,٣	٦٦	٢٧,٩		
	مجموع	١٨٥٣,٨	٦٩			
المستوى التعليمي	بين المجموعات	٦٢٧,٦	٤	١٥٦,٩	٨,٣٢	٠,٠٠١
	داخل	١٢٢٦,١	٦٥	١٨,٨٦		
	مجموع	١٨٥٣,٧	٦٩			
سنوات الخبرة	بين المجموعات	٣٢١,٧	٤	٨٠,٤	٣,٤١	٠,٠١٤
	داخل	١٥٣٢,١	٦٥	٢٣,٦		
	مجموع	١٨٥٣,٨	٦٩			
الدخل الشهري	بين المجموعات	١٧٣٤,٩	٥	٣٤٦,٩٨	١٨٦,٨	٠,٠٠١
	داخل	١١٨,٩	٦٤	١,٨٦		
	مجموع	١٨٥٣,٨	٦٩			

من خلال الجدولين أرقام (١٨) ، (١٩) يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الفئات العمـرية في معوقات السياحة الداخلية، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات المستويات التعليمية المختلفة في معوقات السياحة الداخلية، فقد حصل الحاصلون على الثانوية على متوسط (١٤,٤) درجة، بينما كـان متوسـط الحاصلون على دكتوراه (٢٤,٤)درجة في أساليب زيادة الوعي بالسياحة الداخلية، وجود فـروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات سنوات الخبرة المختلفة في معوقات السياحة الداخلية، فقد حصل الأقـل خبرة (من ٥ سنوات إلى ١٠ سنوات) على(١٥)درجة، بينما كان متوسط الأكثر خبرة (من ٢٥ إلى ٣٠سـنوات) (٢٧) درجـة ، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الدخل الشهري المختلفة في معـوقات السياحة الداخلية، فكلما زاد الدخل كلما قلت الدرجات. فقد حصل الأقل دخلا (أقل من ٣٠٠٠ ريال) على (٢٧)درجة، بينما كان متوسط الأكثر دخلا (أكثر من ١٥٠٠٠ريال) (٩,٥)درجة.

وباسـتخدام تحلـيل التـباين تبين أن هناك دالة إحصائية بين الفئة العدرية ومتوسط معوقات السياحة الداخلية (٣,١٥) ، وهي دالة عند مستوى ٠,٠١ وبين المؤهل العلمي ومتوسط معوقات السياحة الداخلية (

٨,٣٢) ، وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١ ،وبين سنوات الخبرة ومتوسط معوقات السياحة الداخلية (٣,٤١) ، و هي دالة عند مستوى ٠,٠٥ ، وبين مستوى الدخل ومتوسط معوقات السياحة الداخلية (١٨٦,٦) ، و هي دالـــة عند مستوى ٠,٠٠١، ولم يتبين أن هناك دالة إحصائية بين الحالة الاجتماعية ومتوسط معوقات السياحة الداخلية .

ما أهم المقترحات لزيادة وعي أفراد المجتمع نحو السياحة الداخلية.

جدول رقم(٢٠)

متوسطات درجات أفراد عينة الدراسة و انحرافاتها المعيارية

على عبارات المقترحات

م	العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		المتوسط الحسابي	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%		
١	إنشـــاء مركز معلومات متخصصة بخدمات السياحة الداخلية	٧	١٠	٥٠	٧١,٤	١٣	١٨,٦	٢,٢٣	٩
٢	إزالـــة المعـــوقات الـــتي تعيق برامج السياحة الداخلية	٥١	٧٢,٩	١٨	٢٥,٧	١	١,٤	٢,٧١	٢
٣	مناسبة الأسعار بما يناسب الخدمات المقدمة	٢٣	٣٢,٩	٣٩	٥٥,٧	٨	١١,٤	٢,٢١	١٠
٤	إيجاد رقابة ومتابعة واعية من قبل المؤسسات المهتمة بموضوع السياحة الداخلية	٢٦	٣٧,١	٢١	٣٠	٢٣	٣٢,٩	٢,٠٤	١٤
٥	توفير الخدمات السياحية المدروسة	٦١	٨٧,١	٥	٧,١	٤	٥,٧	٢,٨١	١
٦	إيجـــاد الآليات المناسبة لزيادة معدل انجذاب السائح نحو السياحة الداخلية	٣٨	٥٤,٣	١٤	٢٠	١٨	٢٥,٧	٢,٢٩	٨
٧	توحـــيد معايير ومستويات الخدمات السكنية بالسياحة الداخلية	٤٩	٧٠	٧	١٠	١٤	٢٠	٢,٥٠	٤
٨	تكثـــيف الاهـــتمام بالإعلام السياحي ورسم السياسات والبرامج الإعلانية المناسبة للتعرف لموارد الجذب لسياحي الداخلي	٣٧	٥٢,٩	٣٢	٤٥,٧	١	١,٤	٢,٥١	٣
٩	توزيع البرامج السياحية بما يلبي مختلف الأذواق والأجـــناس والاحتياجات دون التأثير بالقيم الاجتماعية والمجتمعية	١٥	٢١,٤	٣٤	٤٨,٦	٢١	٣٠	١,٩١	١٧
١٠	إيجاد التكامل بين المؤسسات المجتمعية والإعلام والمواطنين لإيجاد وعي كافي عن السياحة	٢٢	٣١,٤	٤١	٥٨,٦	٧	١٠	٢,٢١	١١

تابع جدول رقم(٢٠)

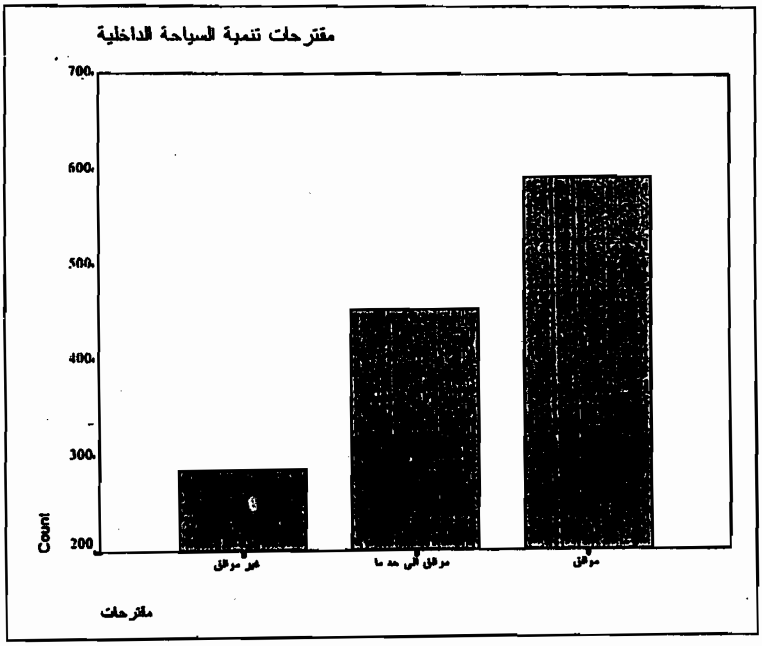
م	العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		المتوسط الحسابي	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%		
١١	ضـرورة اسـتطلاع رأي المواطنين بخدمات السياحة الداخلية بصورة دورية	٤٠	٥٧,١	٢٤	٢٤,٣	٦	٨,٦	٢,٤٩	٥
١٢	إيجـاد تعـاون بين المؤسسات بالمجتمع لدعم السياحة الداخلية وتحديد دورها	١٣	١٨,٦	٢٧	٣٨,٦	٣٠	٤٢,٨	١,٧٦	١٩
١٣	الحاجـة إلى المزيد من التوعية بأهمية السياحة الداخلية	٢٢	٣١,٤	١٥	٢١,٤	٣٣	٤٧,٢	١,٨٤	١٨
١٤	يحتاج موضوع الجذب للسياحة الداخلية إلى تكثيـف الجهـود في مجال الدعاية والإعلام وإيجـاد الخـبراء لاستغلال هذه الإمكانيات السياحية	١٧	٢٤,٣	٣٩	٥٥,٧	١٤	٢٠	٢,٠٤	١٥
١٥	إيجـاد توعية سياحية مستمرة لنجاح السياحة الداخلية	٣٥	٥٠	١٤	٢٠	٢١	٣٠	٢,٢٠	١٢
١٦	محاولـة القضاء على العقبات التي تحول دون نجاح السياحة الداخلية	٤١	٥٨,٦	١٨	٢٥,٧	١١	١٥,٧	٢,٤٣	٦
١٧	ضـرورة وجـود أنظمة رقابية على السياحة الداخلية	٢٠	٢٨,٦	٢٥	٣٥,٧	٢٥	٣٥,٧	١,٩٣	١٦
١٨	ضـرورة الاهـتمام بمعالجة أوجه القصور في الخـدمات السـياحية المقدمة لأفراد المجتمع واحتياجاتهم	٣٦	٥١,٤	٢٧	٣٨,٦	٧	١٠	٢,٤١	٧
١٩	إيجاد البرامج الفاعلة الملموسة التي تميز السياحة الداخلية وتجعلها أكثر جذباً	٤٠	٥٧,١	٣	٤,٣	٢٧	٣٨,٦	٢,١٩	١٣

يتضـح من الجدول (٢٠) أن أهم مقترحات جذب السياحة الداخلية بالسعودية من وجهة نظر أفراد العيـنة هي" توفير الخدمات السياحية المدروسة " ثم " إزالة المعوقات التي تعيق برامج السياحة الداخلية " ثم " تكثيف الاهتمام بالإعلام السياحي ورسم السياسات والبرامج الإعلانية المناسبة للتعرف لموارد الجذب لسياحي الداخلـي " ثم " توحيد معايير ومستويات الخدمات السكنية بالسياحة الداخلية " ثم" ضرورة استطلاع رأي المواطـنين بخدمات السياحة الداخلية بصورة دورية "بمتوسط (٢,٨١ ،٢,٧١ ،٢,٥١ ،٢,٥٠ ،٢,٤٩) على الترتيب .

جدول رقم(٢١)

يوضح قيمة كا٢ لدلالة الفروق في مقترحات تنمية السياحة الداخلية

العبارة	أساليب زيادة الوعي ك	%	كا٢	الدلالة د ح٢
موافق	٥٩٣	٤٤,٦	١٠٨	٠,٠٠١
موافق إلى حد ما	٤٥٣	٣٤,١		
غير موافق	٢٨٤	٢١,٣		
جملة	١٣٣٠	١٠٠		



يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٤٤,٦% من أفراد العينة استجابوا بالموافقة على عبارات مقترحات تنمية السياحة الداخلية و ٣٤,١% منهم كانوا موافقين إلى حد ما ، و٢١,٣% منهم كانوا غير موافقين على عبارات مقترحات تنمية السياحة الداخلية.

كذلك يتضح أيضا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مقترحات تنمية السياحة الداخلية حيث كانت قيمة كا٢ =١٠٨ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

جدول (٢٢)

يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية

الاستجابات		ن	متوسط	انحراف معياري
الفئة العمرية	من ٢٠ إلى ٢٥ عام	٧	٤٣,٦	١٥,٨
	من ٢٥ إلى ٣٠عام	٢	٥٦	٠٠
	من ٣٠ إلى ٣٥ عام	٥	٤٨,٨	١٢,٢
	من ٣٥ إلى ٤٠عام	٢٣	٤٧,٦	٩,٨
	من ٤٠ إلى ٤٥ عام	٢٧	٣٨,٢	٩,٤
	من ٤٥ إلى ٥٠عام	١	٢٢	٠٠
	من ٥٠ إلى ٥٥عام	٣	٣٠,٣	١٥,٣
	أكثر من ٥٥ عام	٢	٣٤,٥	١٩,١
	جملة	٧٠	٤٢,٤	١٢,٠٤
الحالة الاجتماعية	متزوجة	٤٨	٤٢,٣	١١,٦
	عزباء	١٣	٤٢,٦	١٢,٣
	مطلقة	٧	٤٣,٦	١٤,٢
	أرملة	٢	٣٩	٢٥,٥
	جملة	٧٠	٤٢,٤	١٢,٠٤
المستوى التعليمي	الثانوية	٧	٢٩,٧	٩,٦
	دبلوم	١٤	٣٨,٤	١٠,٧
	جامعي	١٣	٣٩,٣	١١,٣
	ماجستير	١٩	٤٣,٢	١٢,٥
	دكتوراه	١٧	٥٢,٤	٥,٢
	جملة	٧٠	٤٢,٤	١٢,٠٤
سنوات الخبرة	من ٥إلى ١٠ عام	٤	٣١	١٧,٧
	من ١٠ إلى ١٥عام	١٤	٤١,٧	١٣,٧
	من ١٥إلى ٢٠عام	٤٧	٤٢,١	١٠,٥
	من ٢٠ إلى ٢٥عام	٣	٥٦,٣	٠,٥٨
	من ٢٥إلى ٣٠ عام	٢	٥٧	٠٠٠
	جملة	٧٠	٤٢,٤	١٢,٠٤
الدخل الشهري	اقل من ٣٠٠٠ ريال	٣	٥٧	٠٠٠
	من ٣٠٠٠ إلى ٦٠٠٠ ريال	١٠	٥٦,٤	٠,٥٢
	من ٦٠٠٠ إلى ٩٠٠٠ ريال	٢٥	٤٩,٩	٣,٠٠
	من ٩٠٠٠ إلى ١٢٠٠٠ ريال	٢١	٣٤,٩	٤,٦٣
	من ١٢٠٠٠ إلى ١٥٠٠٠ ريال	٧	٢٤,٦	٢,٢٣
	أكثر من ١٥٠٠٠ ريال	٤	٢٠,٥	١,٠٠
	جملة	٧٠	٤٢,٤	١٢,٠٤

جدول (٢٣)

يوضح تحليل التباين بين افراد العينة في مقترحات تنمية السياحة الداخلية

الفروق تبعا الى	البيان	مجموع الدرجات	د ح	المتوسط	ف	الدلالة
الفئة العمرية	بين المجموعات	٢٣٣٥,٧	٧	٣٨٠,٨	٣,٢٢	٠,٠١
	داخل	٧٣٣٥,٢	٦٢	١١٨,٣		
	مجموع	١٠٠٠٠,٩	٦٩			
الحالة الاجتماعية	بين المجموعات	٣٣,٥	٣	١١,١٨	٠,٠٧٤	٠,٩٧٤
	داخل	٩٩٦٧,٥	٦٦	١٥١		
	مجموع	١٠٠٠٠,٩	٦٩			
المستوى التعليمي	بين المجموعات	٣١٨٨,١	٤	٧٩٧	٧,٦٠	٠,٠٠١
	داخل	٦٨١٢,٩	٦٥	١٠٤,٨		
	مجموع	١٠٠٠٠,٩	٦٩			
سنوات الخبرة	بين المجموعات	١٥٣٩,٨	٤	٣٨٤,٩	٢,٩٦	٠,٠٢٦
	داخل	٨٤٦١,٢	٦٥	١٣٠,٢		
	مجموع	١٠٠٠٠,٩	٦٩			
الدخل الشهري	بين المجموعات	٩٣٢١,٤	٥	١٨٦٤,٣	١٧٥,٦	٠,٠٠١
	داخل	٦٧٩,٦	٦٤	١٠,٦		
	مجموع	١٠٠٠٠,٩	٦٩			

من خلال الجدولين أرقام (٢٢) ، (٢٣) يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الفئات العمرية في مقترحات زيادة السياحة الداخلية.

وجـــود فـــروق ذات دلالـــة إحصائية بين متوسطات المستويات التعليمية المختلفة في مقترحات زيادة الســـياحة الداخلـــية، فقـــد حصل الحاصلون على الثانوية على متوسط (٢٩,٧) درجة، بينما كان متوسط الحاصلون على دكتوراه (٥٢,٤)درجة في مقترحات زيادة السياحة الداخلية.

وجـــود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات سنوات الخبرة المختلفة في مقترحات زيادة السياحة الداخلـــية، فقـــد حصل الأقل خبرة (من ٥ سنوات إلى ١٠ سنوات) على متوسط (٣١)درجة ، بينما كان متوسط الأكثر خبرة (من ٢٥ إلى ٣٠سنوات) (٥٧) درجة .

وجـــود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الدخل الشهري المختلفة في مقترحات زيادة السياحة الداخلية، فكلما زاد الدخل كلما قلت الدرجات. فقد حصل الأقل دخلا (أقل من ٣٠٠٠ ريال) على (٥٧)درجة ، بينما كان متوسط الأكثر دخلا (أكثر من ١٥٠٠٠ريال) (٢٠,٥)درجة.

وباستخدام تحليل التباين تبين أن هناك دالة إحصائية بين الفئة العمرية ومتوسط مقترحات زيادة السياحة الداخلـــية (٣,٢٢) ، وهي دالة عند مستوى ٠,٠١ وبين المؤهل العلمي ومتوسط مقترحات زيادة السياحة الداخلـــية (٧,٦٠) ، وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١وبين سنوات الخبرة ومتوسط مقترحات زيادة السياحة الداخلية (٢,٩٦) ، و هي دالة عند مستوى ٠,٠٥ ، وبين مستوى الدخل ومتوسط مقترحات زيادة السياحة الداخلية (١٧٥,٦) ، و هي دالة عند مستوى ٠,٠٠١، ولم يتبين أن هناك دالة إحصائية بين الحالة الاجتماعية ومتوسط مقترحات زيادة السياحة الداخلية .

مناقشة نتائج البحث:

اســـتهدفت الدارســـة الحالية التعرف على التعرف على اتجاهات أفراد الأسرة نحو السياحة الداخلية، التعـــرف علـــى أهـــم الأساليب التي يستخدمها المنظم الاجتماعي في تنمية الوعي لدى السكان نحو السياحة الداخلـــية، التعـــرف علـــى أهم الصعوبات التي تواجه السياحة الداخلية، التعرف على أهم المقترحات لتنمية السياحة الداخلية .

توصلت الباحثه الى النتائج التالية:

١-يتضح من نتائج التساؤل الأول أن ٨١,٤% من أفراد العينة يرون أن الأماكن السياحية لا تلبي احتياجات أفراد الأسرة، أي أن اغلب أفراد العينة يرون أن الأماكن السياحية بالمملكة العربية السعودية لا تلبي احتياجات أفراد الأسرة، وذلك لمقارنتهم بالأماكن الخارجية التي قاموا بزيارتها خلال قيامهم بجولاتهم السياحية في الدول الخارجـــية سواء كانت دول عربية أو دول أوربية ، ومن ثم يرون عدم تلبية الأماكن السياحية داخل المملكة العربية السعودية لاحتياجات أفراد الأسرة.

توجد في المملكة إمكانات سياحية هامة غير مستغلة وخير مثال لذلك هو مهرجان الجنادرية العظيم في فكرته، الكـــبير في إمكاناتـــه، والمشـــوق في أنشـــطته فلو واكب موعده أحد الإجازات الرسمية كإجازة نصف العام الدراسي، وأعددنا له برنامجا سياحيا معلوماتيا لوجدنا الإقبال الشديد عليه ليس من قبل المواطنين والمقيمين في المـــناطق القريبة منه بل من جميع مناطق المملكة ومن الدول المجاورة أيضا، لو أعددنا له برنامجا سياحيا متكاملاً للســـياحة القادمة من الخارج وأعطي الدعاية اللازمة، لوجدنا أفواجاً كثيرة تأتي لمشاهدة هذا المهرجان التراثي

المميـــز، وهـــناك أمثلة أخرى ينطبق عليها ما ينطبق على الجنادرية كمناطق الغوص في البحر الأحمر والمناطق الأثرية كمدائن صالح والربذة وغيرها عليها [٣٦].

وخلصـــت دراسة حبيب الله محمد رحيم التركستاني إلى ضرورة إنشاء هيئة عليا تعتني بالسياحة على مســـتوى المملكـــة بحيث تكون قادرة على اتخاذ القرارات اللازمة للرفع من مستوى السياحة الداخلية واتخاذ الإجراءات الكفيلة بتطوير السياحة على أن يكون من مهامها تنمية واستثمار وتنشيط السياحة في جميع المناطق إلى جانـــب تشجيع السياحة والترويج لها تجاريا حتى تتمكن من تحقيق أهدافها الاقتصادية والاجتماعية عليها [٣٧]

وهـــذا راجـــع لانخفاض التوعية الإعلامية بالأماكن السياحية الموجودة بالمملكة وإبراز مميزاتها ، واهم الخـــدمات الموجـــودة بهـــا لان الغرض الأساسي من السياحة بالنسبة للغالبية العظمى من الأفراد هو الراحة والاستجمام والترفيه.

أن اتجاهات أغلب المجيبين من الجنسين تتمثل في أن السياحة تؤدي إلى متعة نفسية، وأن السياحة تزيل الملل، وأنها حق لكل أسرة، وأن السياحة تبرر ما ينفق عليها [٣٨].

وهـــذا مـــا أكدته دراسة وديع أحمد فاضل كابلي على ضرورة العمل على توفير الخدمات السياحية بأسعار معقولة وذلك بالرقابة على أسعار المنتجات والخدمات السياحية[٣٩].

كمـــا أكـــدت أيضـــاً بعض الدراسات على أهمية إيجاد الآليات المناسبة لزيادة معدل انجذاب السائح الســـعودي نحو السياحة الداخلية عن طريق تطوير حزمة من البرامج والخدمات التي تتميز بجاذبيتها وبتكاليفها المعقولة

كمـــا أكـــدت دراسة للإعتدال محمد الناجم على أهمية دعم السياحة الوطنية كون هذه المشاريع تعد أحـــد أكبر عوامل الجذب السياحي داخل المملكة بما توفره هذه المشاريع من تلبية احتياجات السائح من ناحية الترفيه الترويح عن النفس. [٤٠].

---

(36) عمر بن عوض المشعبي : نحو رؤية سياحية داخلية حديثة، مقال جريدة الجزيرة ، السبت ٢٩ ربيع الاول ١٤٢١ ، العدد ١٠١٣٨ http://www.al-jazirah.com.sa/2000jaz/may/24/ar3.htm

(37) د.حبيب الله محمد رحيم التركستاني اتجاهات سلوك السائح السعودي نحو السياحة الداخلية مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية ، مجلس النشر – جامعة الكويت | http://pubcouncil.kuniv.edu.kw/jgaps/arabic/showarticle.asp?id=43

(38) صالح الرميح: اتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة الداخلية بجامعة الملك سعود ، ٢٠٠٢، .

(39) الغرفة التجارية الصناعية بمحافظة جده: السوق السياحي والأفاق المستقبلية للسياحة في المملكة العربية السعودية وفق عمل الغرفة التجارية مقدمة إلى اللقاء السنوي الرابع عشر لجمعية الاقتصاد السعودية حول واقع وأفاق السياحة والاستثمار في المملكة ص ٢٥.

(40) اعـــتدال محمد الناجم أفاق الصناعة الترفيهية كأحد العوامل المؤثرة على الجذب السياحي في المملكة اللقاء السنوي الرابع عشر مرجع سبق ذكره ص ١٠.

يتضح أن أكثر الفئات العمرية التي ترى أن الأماكن السياحية تلبي احتياجات أفراد الأسرة بشكل تام الفئة العمرية من ٤٥ إلى ٥٠ سنة بنسبة ١٠٠% . ويرجع ذلك إلى كبر سنهم منحهم الفرصة لزيارة أماكن أكثر ومن ثم فهم أكثر الفئات العمرية التي ترى أن الأماكن السياحية بالسعودية تلبي احتياجات أفراد المجتمع.

و أكثر أفراد العينة الذين يرون أن الأماكن السياحية تلبي احتياجات أفراد الأسرة بشكل تام الأرامل بنسبة ٥٠ %، حيث تجعلهم ظروفهم الأسرية إلى كونهم أكثر رضى بالواقع.

يتضح من الجدول السابق أن أكثر أفراد العينة الذين يرون أن الأماكن السياحية تلبي احتياجات أفراد الأسرة بشكل تام هم الحاصلات على الثانوية العامة بنسبة ٤٢,٩% ، وذلك لان هذه الفئة من الحاصلات على الثانوية لم يسمح لهن بالخروج والتعرف على أماكن خارجية وكذلك كلما ازداد التعلم كلما زادت خبرة الأفراد بالأماكن السياحية الخارجية .

يتضح من الجدول السابق أن أكثر أفراد العينة الذين يرون أن الأماكن السياحية تلبي احتياجات أفراد الأسرة بشكل تام ذوي الدخل من ١٢٠٠٠ إلى ١٥٠٠٠ريال بنسبة ٢٨,٦% ، ويرجع ذلك إلى أن اتساع رقعة المملكة لا يتيح لذوي الدخول المنخفضة لزيارتها وذلك لارتفاع نفقات السفر و الترحال داخل المملكة .

٢- يتضح من نتائج التساؤل الثاني أن نسبة ٦٠,٥% من أفراد العينة استجابوا بالموافقة على عبارات مقياس الاتجاه نحو السياحة الداخلية و ٣٧,٩% منهم كانوا موافقين إلى حد ما، وهي نسبة مرتفعة تنم على اتجاهات ايجابية لأفراد العينة نحو السياحة الداخلية .

ويتضح كذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية في اتجاهاتهم نحو السياحة الداخلية ، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات المؤهل العلمي في الاتجاهات نحو السياحة الداخلية، فكلما ارتفع المؤهل كلما تحسنت الدرجات، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات سنوات الخبرة في الاتجاهات نحو السياحة الداخلية، فكلما زادت سنوات الخبرة كلما تحسنت الدرجات

وبينت دراسة عبير بنت عيسى بن محمد بن لدن (١٤٢٨هـ) من أن هناك اختلافات ذات دلالة معنوية في كل من الجنس، والحالة الاجتماعية، واتجاهاتهم نحو معظم الآثار الاقتصادية للسياحة الوافدة للعمل بالمملكة، وبينت الدراسة أن هناك اختلافات ذات دلالة معنوية في كل من الجنس، والحالة الاجتماعية، واتجاهاتهم نحو معظم الآثار الاجتماعية للسياحة الوافدة للعمل بالمملكة. [11]

[11] عبير بنت عيسى بن محمد : اتجاهات لمواطنين السعوديين نحو الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياح الوافدين الى المملكة العربية السعودية كلية الاقتصاد و الإدارة ١٤٢٨ هـ.

وتوصلت دراسة عبد الرحيم علي جعفر الغامدي (١٤١٩هـ) أن هناك علاقة طردية بين المستوى التعليمي للسائحين ودرجة اتجاهاتهم نحو برامج لجان التنشيط السياحي، بمعنى انه كلما ارتفع المستوى التعليمي للسائحين كلما ارتفعت درجة اتجاهاتهم نحو برامج التنشيط السياحي إلى الايجابية [٤٢].

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الدخل في الاتجاهات نحو السياحة الداخلية فكلما زاد الدخل كلما قلت الدرجات، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة صالح الرميح (٢٠٠٢) والتي توصلت إلى أن الدخل عامل مؤثر في الاتجاهات الايجابية والسلبية نحو السياحة [٤٣].

يُعَدُّ مستوى الدخل ثاني أهم العوامل البشرية المؤثرة في صناعة السياحة ، لتأثيره المباشر في تحديد مستوى الطلب السياحي ؛ إذ يعني ارتفاع مستوى الدخل تزايد الإقبال على السفر والسياحة ، وبخاصة خلال الإجازات والعطلات ، سعياً وراء الترويح والمتعة ، والعكس صحيح في حال انخفاض مستوى الدخل ، حتى إذا توفرت العوامل الأخرى كوقت الفراغ والإجازات ، مما يدعو إلى القول بأن استغلال الإجازات والعطلات في السياحة والترويح هي إمكانية متاحة للموسرين دون غيرهم في معظم الأحوال . ومن الطبيعي أن يرتبط مستوى الدخل بحجم الثروات الشخصية وبمستوى الأجور والمرتبات ، ومعنى ذلك : أن أصحاب الدخول المرتفعة ، والمرتبات الكبيرة ، هم أقدر الأشخاص على استغلال أوقات فراغهم وإجازاتهم في الترويح والسياحة ، سواء داخل أوطانهم أم خارجها ، إلا أنه لا يمنع من أن بعض أصحاب الدخول المتوسطة والمنخفضة ، يشاركون – أحياناً وبنسب متفاوتة – في ظاهرة السياحة والترويح بما يدخرونه من مرتباتهم وأجورهم ، لينفقوها في أنشطة السياحة ، خلال إجازاتهم السنوية(٤٤)

٣- يتضح من نتائج التساؤل الثالث أن نسبة ٤٨,٥% من أفراد العينة موافقين على عبارات أساليب زيادة الوعي بالسياحة الداخلية و ٢٨,١% منهم كانوا موافقين إلى حد ما.

ومن هذه الأساليب والتي حصلت على نسبة موافقة عالية كما يتضح من خلال متوسط الموافقة هي أرى أن المواطن الصالح هو الذي يعمل مع ولصالح المجتمع " و عبارة " أرى أن المواطن الصالح هو الذي يهتم بالشئون المجتمعية " وعبارة " أجد أن على أفراد المجتمع عدم تحويل برامج السياحة إلى جوانب تجارية متغالى فيها " وعبارة " أجد أن تكون السياحة الداخلية فاعلة في حالة توافر التسهيلات الكبيرة لها " وعبارة " أجد أن علينا مسئولية مع المجتمع للاهتمام بالمناطق السياحية الداخلية " بمتوسط (٢,٦٤ ، ٢,٦٣، ٢,٥٦ ، ٢,٥٤، ٢,٤٧) على الترتيب.

---

[42] عبد الرحيم علي جعفر الغامدي: دوافع واتجاهات السائحين نحو خدمات السياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية ، كلية الاقتصاد والادارة ، ١٤١٩ هـ ..

[43] صالح الرميح: مرجع سابق.

[44] محمد خميس الزوكة ، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، ١٩٩٨م ، ص٤٥-٤٦.

و يتــبين وجــود فــروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الفئات العمرية في أسلوب زيادة الوعي بالسياحة الداخلية.

وجــود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات المستويات التعليمية المختلفة في أسلوب زيادة الوعي بالســياحة الداخلية، فكلما ارتفع المؤهل كلما ارتفعت درجة الموافقة على أساليب زيادة الوعي، وجود فروق ذات دلالــة إحصــائية بين متوسطات سنوات الخبرة المختلفة في أسلوب زيادة الوعي بالسياحة الداخلية، ، فكلما زادت سنوات الخبرة كلما تحسنت درجات أساليب زيادة الوعي بالسياحة الداخلية، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الدخل الشهري المختلفة في أسلوب زيادة الوعي بالسياحة الداخلية، فكلما زاد الدخل كلما قلت الدرجات.

وقد أكدت دراسة الحجي وآخرون إلى ضرورة تنمية مستوى الوعي والحس السياحي بين الأهالي ممن لهــم احتكاك مباشر بالسياحة وليكن ذلك عن طريق برامج توعوية متكاملة تشمل المدارس والنوادي الرياضية والثقافية[٤٥].

كمــا أكدت دراسة الغامدي . الشهري إلى ضرورة توعية المجتمع :بأهمية السياحة وما تلعبه من دور إيجــابي في القطاع الاقتصادي من خلال المحاضرات والندوات والإعلام وحث المواطنين على قضاء الإجازات في أرجاء الوطن[٤٦].

٤- يتضــح من نتائج التساؤل الرابع أن أهم معوقات السياحة الداخلية بالسعودية من وجهة نظر أفراد العينة هــي" عــدم توفــر عناصر الجذب السياحي " ثم " القصور الإعلامي في إظهار مقومات السياحة في المناطق الســياحية الداخلــية وإقناع المواطن بأهمية السياحة الداخلية " ثم " شعور الكثيرين بأن السياحة في الداخل لا تشبع احتياجاته "ثم " لتركيز وكالات السياحة والسفر على ترويج السياحة الخارجية دون الاهتمام بالسياحة الداخلــية " ثم" إتفــاع الأسعار احد المعوقات لبرامج السياحة الداخلية ".بمتوسط (٢,٩٠، ٢,٦٤، ٢,٤٠، ٢,٣٦، ٢,٢٠) لى الترتيب .

ويتضح لذلك أن نسبة ٤٦% من أفراد العينة استجابوا بالموافقة على وجود معوقات جذب السياحة الداخلية و ٤٠,٨% منهم كانوا موافقين إلى حد ما .

ويتــبين جود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الفئات العمرية في معوقات السياحة الداخلية، وجــود فروقات دلالة إحصائية بين متوسطات المستويات التعليمية المختلفة في معوقات السياحة الداخلية، وجود فروق ذا دلالة إحصائية بين متوسطات سنوات الخبرة المختلفة في معوقات السياحة الداخلية، وجود فــروق ذات الة إحصائية بين متوسطات الدخل الشهري المختلفة في معوقات السياحة الداخلية، فكلما زاد الدخل كلما ت الدرجات .

---

[45] عبد المحسن عبد الله الجحى وآخرون خصائص السياحة و الدركة السياحية في منطقة ابها الحضرية ١٤٢٢هـ ص ب.ب ب.

[46] سالم بن مطرامثى وآخرون مرجع سبق ذكره ص ٢٧.

معوقات السياحة الداخلية بالمملكة العربية السعودية كما حددها عمر بن عوض المشعي نائب رئيس الجمعية السعودية لعلوم العمران.

١-عدم تكامل البنية السياحية.

٢- اعتماد السياحة على الأفراد المؤثرين وليس على المؤسسات.

٣-غياب المعلومة السياحية.

٤-طغو الفكر التقليدي للنشاط والتنشيط السياحي على المؤسسات السياحية.

٥- التنافس السياحي لا التكامل السياحي.

٦- التقليد لا الابتكار للمشاريع السياحية الناجحة.

٧- الخطاب العاطفي في الدعوة للسياحة الداخلية.

٨- عدم استغلال إمكانات سياحية هامة.

٩- عدم وجود تصنيف للإسكان السياحي. عليها [٤٧].

ومـــن عوائـــق السياحة انه قد تكون تكلفة أسبوعية تقضيهما في مكة أو أبها أو الدمام أكثر من كلفة أســـبوعين تقضـــيهما في أي منتجع سياحي عالمي . هذه الحقيقة قد تكون من ابرز العوائقللسياحة الداخلية، فالسائح الذي يبحث عن الراحة يحسب في نفس الوقت تكلفة تلك الراحة وإذا لم يكن لديه معايير أخرى غير التكلفة المادية فانه سوف يختار الأقل تكلفة .

ولعـــل من ابرز الأسباب لارتفاع تكلفة السياحة لدينا هو عدم نمو صناعة السياحة بالإضافة إلى ارتفاع مســـتوى الدخل لدى الأفراد ، والطفرة الاقتصادية السابقة مما جعل قوائم التكاليف التي أعدت في تلك الفترة تتميز بهذا الارتفاع غير المعقول أحيانا.

ومـــع أن الارتفاع المبالغ فيه في التكاليف غير منطقي خاصة في الظروف الاقتصادية الراهة إلا انه يعتبر من ابرز العوائق التي تحول دون تحقيق النمو السياحي. لذا فان الجهات ذات العلاقة بالأمر وعلىرأسها وزارة الـــتجارة والشـــركات المحلية التي تعمل في مجال الخدمات السياحية مطالبة بالنظر بجدية في قوائمالأسعار لان ارتفاعها ليس في المصلحة بأي معيار فتخفيض الأسعار أحد الأسباب الرئيسية للربح على المدى ابد ، وهذه الحقيقة الاقتصادية هي التي جعلت الشركات العالمية ذات العلاقة بالخدمات السياحية تخفض أسعارها في سبيل الربح . ومن وسائل تخفيض التكلفة البساطة عند إنشاء مرافق الخدمات السياحية فالبذخ والإسراف في مظاهر المنشآت يرفع أسعار الخدمات التي تقدمها وبالتالي يحول دون تحقيق الأهداف التي أنشئت من اجلها

---

[٤٧] عمر بن عوض المشعبي : نحو رؤية سياحية داخلية حديثة، مقال جريدة الجزيرة ، السبت ٢٩ ربيع الأول ١٤٢١ ، العدد ١٠٠٨١
http://www.al-jazirah.com.sa/2000jaz/may/24/ar3.htm

إن ارتفـــاع تكلفة السياحة في المملكة أمر غير منطقي حيث إن معظم أساسيات الخدمة السياحية متوفر فشـــبكة الطـــرق السريعة والمطارات المنتشرة على مساحة المملكة كلها وأسطول الطيران الهائل وشركة النقل الجماعـــي والمنتزهات والحدائق ذات المستوى الرفيع كل ذلك عامل جذب ووسائل أساسية لتخفيض التكلفة علـــى الســـائح إلا إن الجوانب الأخرى ذات العلاقة كالفنادق والاستراحات أمرها يحتاج إلى عناية واهتمام للعمل على توفيرها بأسعار ارخص مما يعود على السياحة بشكل عام بالنمو والازدهار لتحقيق أهدافها .

وجديـــر بالملاحظـــة أن ترك السياحة دون تخطيط وإشراف يجعل نموها غير متوازن بل قد تنتقل أمراض الســـياحة العالمية وسلبياتها وبعض سلوكياتها المنحرفة إلينا دون أن نشعر بذل ونجد أنفسنا بعد فترة زمنية أمام الأمـــر الواقع في مجابهة نوع من السياحة السيئة التي لا تتفق مع قيمنا ومبادئنا فتصبح عبئا علينا وعلى الأجيال القادمـــة كما واقع البلاد العربية الأخرى التي اخذ تسير في مجال التقليد للسياحة العالمية بكل مكوناتها الإيجابية والسلبية.

٥-ي يتضح من نتائج التساؤل الخامس أن أهم مقترحات جذب السياحة الداخلية بالسعودية من وجهة نظر أفراد العينة هي" توفير الخدمات السياحية المدروسة " ثم " إزالة المعوقات التي تعيق برامج السياحة الداخلية " ثم " تكثـــيف الاهـــتمام بـــالإعلام السياحي ورسم السياسات والبرامج الإعلانية المناسبة للتعرف لموارد الجذب لسياحي الداخلي " ثم " توحيد معايير ومستويات الخدمات السكنية بالسياحة الداخلية " ثم" ضرورة استطلاع رأي المواطـــنين بخدمات السياحة الداخلية بصورة دورية ".بمتوسط (٢,٨١ ،٢,٧١ ،٢,٥١ ،٢,٥٠ ،٢,٤٩) على الترتيب .

ويتضح أيضا أن نسبة ٤٤,٦% من أفراد العينة استجابوا بالموافقة على عبارات مقترحات تنمية السياحة الداخلية و ٣٤,١% منهم كانوا موافقين إلى حد ما .

ويتضـــح اختلاف مقترحات زيادة السياحة الداخلية باختلاف كل من الفئة العمرية واختلاف المستوى التعليمي و اختلاف سنوات الخبرة واختلاف مستوى الدخل.

إن مفهـــوم السياحة ينبغي أن يحرر ويجرد مما علق به من تحلل في السلوك وبحث عن المتع الرخيصة لتبقى الســـياحة بأهـــدافها الثقافية النبيلة بعيدا عن الانحراف ليمكن توظيفها والاستفادة منها من النواحي الإعلامية والثقافية لدعم وسائل التربية والتعليم الأخرى وتثبيت الثقافة المحلية وتوسيع آفاقها في أذهان الصغار والشباب بشكل خاص . وكذلك تقديم الصور الجيدة لأوضاعنا الاجتماعية المستقرة للعالم كله والذي يفتقد هذا النوع من الاستقرار الذي ننعم به وبالتالي الدعوة إلى قيمنا ومبادئنا بطريق غير مباشر قد يكون ابلغ وأكثر تأثيرا من كثير من الوسائل المباشرة.

ان دخـــول رؤوس الأموال الخاصة في مجال السياحة مساهمة وطنية هامة لتنشيط هذا النوع من الخدمات وقد ترتفع الفوائد مع صلاح النية إلى ما يفيد في الآخرة والدنيا فعندما يهدف صاحب أحد المشاريع السياحية

إلى تـــوفير الخدمات لأبناء وطنه لإبعادهم من الأجواء السياحية المشبوهة في الخارج فانه بالإضافة إلى ما يحققه من ربح اقتصادي معقول لن يكون في الآخرة من الخاسرين.

التوصيات:

بناء على النتائج التي توصلت إليها الدراسة يمكن اقتراح التوصيات التالية:

١-أهمية التركيـــز على وسائل الإعلام الجماهيري كقنوات ومنافذ اتصالية فعالة في توصيل المعلومات لأفراد المجتمع وحثهم على أهمية الإنفاق على السياحة الداخلية كنوع من التنفيس عن النفس وكنوع من تنمية اقتصاد المملكة في المجال السياحي.

٢- ضرورة قيام الجهات المعنية بالأنشطة السياحية ، تنمية وعي أفراد المجتمع بأهمية الاهتمام بالسياحة الداخلية من خلال توجيه إصداراتها إلى كافة المستويات التعليمية من مختلف الأعمار والدخول. - تكثيف الحملات الترويجية عن طريق الدعاية والإعلان.

٣-الاهتمام بإيجابيات وعوامل الجذب السياحي بالمملكة العربية السعودية ، والتركيز عليها في محتوى الحملات الإعلامية التي تستهدف توعية المواطنين بمزايا وإمكانيات المملكة مع تنويع مجالات السياحة وعدم قصرها على المزارات الدينية.

٤-الاهـــتمام بدور المنظم الاجتماعي في تنمية وعي أفراد المجتمع بالسياحة الداخلية من خلال استغلال دوره بالمدارس والنوادي والمستشفيات والجمعيات الأهلية وإبراز عوامل الجذب السياحي بالمملكة العربية السعودية والتركيـــز على اهمية السياحة على افراد المجتمع حيث يعود عائدها بصورة غير مباشرة عليه مرة ثانية بدلا من السفر للسياحة الخارجية التي تؤثر في انفاق الدخل القومي .

٥-ضرورة مراقبة الأسعار والإشراف على الخدمات السياحية والترويجية (كأسعار التذاكر الداخلية ، والمطاعم ، والمقاهي ، والفنادق ، والملاهي ، والمنتزهات ، والمخيمات .... وغيرها) للحد من غلائها ورفع مستوى الخدمات التي تقدمها .

٦- ضرورة قيام إدارات المرور بالملكة بإعادة النظر في خطتها المتعلقة بالمسارات المؤدية إلى الفنادق والمطاعم السياحية ومناطق الجذب السياحي لتحقيق انسيابية التدفق، تحقيقا لراحة كل من المواطن السعودي والسائح الأجنبي.

المراجع:

١-تغريد خيرى العزب: التأثير الثقافي في القطاع السياحة في مصر ودوره في تحقيق السلام الاجتماعي" جامعة حلوان كلية الخدمة الاجتماعية المؤتمر العلمي الخامس عشر ٢٠-٢٠٠٢/٣/٢١ ص ٥٠٩.

٢-ناصـــر عقـــيل عبد الله الطيار "أثر السياحة على اقتصاديات المملكة العربية السعودية. مكتبة العبد كان ط ١٤٢٠ ص ٥١-٥٢.

٣-محمـــد بن مفرح بن شبلى القحطاني وآخرون: السياحة الأسس والمفاهيم دراسة تطبيقه على منطقة عسير بالمملكة العربية السعودية دار العلم بجده الطبعة الأولى ١٩٩٧م، ١٤٢٧هـــ ص ٢٩.

٤-نبيل الروبى "التخطيط السياحي" مؤسسة الثقافة الجامعية بالإسكندرية ١٩٩٨م ص ١٧٨.

٥-سالم بن مصر الغامدى على بن سالم الشهرى: واقع وآفاق السياحة والاستثمار في المملكة العربية السعودية "المعوقات في التوظيف للسعوديين في قطاع السياحة في المملكة جامعة الملك سعود اللقاء السنوي الرابع عشر لجمعية الاقتصاد السعودية ١٥-١٧ صفر ١٤٢٣هـــ ص ٤.

٦-تغريد خيرى العزب مرجع سبق ذكره ص ٥١٤.

٧-جامعة الملك سعود "السوق السياحي والآفاق المستقبلية للسياحة في المملكة العربية السعودية اللقاء السنوي الرابع عشر لجمعية الاقتصاد ١٥-١٧ ١٤٢٣هـــ ص ١.

٨-المملكة العربية السعودية الهيئة العليا للسياحة الأمانة العامة "الاستثمار السياحي في المملكة العربية السعودية ورقة عمل مقدمة إلى اللقاء السنوي الرابع عشر لجمعية الاقتصاد السعودي ١٥-١٧ صفر ١٤٢٣هـــ ص ٢

٩- محمد مفرح القحطاني وآخرون ، السياحة : الأسس والمفاهيم "دراسة تطبيقية على منطقة عسير بالمملكة العربية السعودية" ، الطبعة الأولى ، مؤسسة المدينة للصحافة (دار العلم) ، جدة ، ١٤١٧هـــ (١٩٩٧م) ، ص١٠١-١٠٥ .

١٠-مركز الدراسات الغرفة التجارية الصناعية بجدة، السوق السياحي والآفاق المستقبلية للسياحة في المملكة، واقع وآفاق السياحة والاستثمار في المملكة العربية السعودية. اللقاء السنوي الرابع عشر لجمعية الاقتصاد السعودية، جامعة الملك سعود، الرياض، ١٤٢٣هـــ.

١١-فريال بنت محمد الهاجري مستوى الدخل كأحد المقومات البشرية للسياحة في المملكة العربية السعودية ، العـــدد الســـابع ، مركز بحوث ودراسات مجلة المدينة المنورة ، المملكة العربية السعودية ، ١٤٢٤هـــ (٢٠٠٤م).

١٢-عـــبد العزيـــز المحمد النويصر "دراسة تطوير الإمكانيات السياحية بالمملكة مع التركيز على جده وجازات ورقة عمل مقدمة الغرفة التجارية الصناعية بجده اللجنة السياحية محرم ١٤١٩هـــ ص ٢٢.

١٣-حسن عواد السريحى، هدى محمد باطويل "المعلومات وأهميتها في السياحة دراسة تجريبية أبها وجده محرم ١٤٢١هـــ ص ٢٣.

١٣- وديـع أحمـد فاضل "تسعير الخدمات السياحية وأثرها في جذب السياحة في مدينة جده – جامعة الملك سـعود اللقـاء السـنوي الرابع عشر الجمعية الاقتصادية السعودية واقع وآفاق السياحة والاستثمار في المملكة العربية السعودية ١٥-١٧ صفر ١٤٢٣هـ ص ٢٥.
١٤- الغـرفة الـتجارية الصناعية بمحافظة جده: السوق السياحي والآفاق المستقبلية للسياحة في المملكة العربية السـعودية وفـق عمل الغرفة التجارية مقدمة إلى اللقاء السنوي الرابع عشر لجمعية الاقتصاد السعودية حول واقع وآفاق السياحة والاستثمار في المملكة ص ٢٥.
١٥- اعـتدال محمد الناجم آفاق الصناعة الترفيهية كأحد العوامل المؤثرة على الجذب السياحي في المملكة اللقاء السنوي الرابع عشر.
١٦-مرجع سبق ذكره ص ١٠.
١٧- مرجع سبق ذكره ص ١٠.
١٨- عـبد المحسـن بن عبد الله الجحى وآخرون خصائص السياحة والحركة اسياحية في منطقة ابها الحضرية ١٤٢٢هـ .
١٩- سالم بن مطر الغامدى وآخرون مرجع سبق ذكره ص ٢٧.
٢٠-نملة أسامة "السياحة ودورها في تحقيق السلام الاجتماعي – جامعة حلوان كلية الخدمة الاجتماعية المؤتمر العلمي الخامس عشر ٢٠-٢١/٣/٢٠٠٢ ص ٥٤٣.
٢١- الأمانـة العامة للهيئة العليا للسياحة برنامج السياحة والمجتمع: اتجاهات العاملين في القطاع السياحي نحو العمل فيه ١٤٢٢هـ ص ٢٢.
٢٢- مـدحت محمـد محمود أبو النصر، الخدمة الاجتماعية الوقائية – الإمارات، العربية دار القلم الطبعة الأولى ١٩٩٩م ص ٢٣.
٢٣ -محمود حسن مقدمة الخدمة الاجتماعية دار النهضة العربية بيروت ١٩٨٦م ص ١١.
٢٤- المرجع السابق ص ١٢.
٢٥- المرجع السابق ص ١٢.
٢٦- هدى بدران تنظيم المجتمع القاهرة، مطبعة المليجى ١٩٦٩ ص ١٣٣.
٢٧- سيد أبو بكر حسانين طريقة الخدمة الاجتماعية في تنظيم المجتمع القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٨٤م .
٢٨- رشـاد أحمد عبد اللطيف، طريقة تنظيم المجتمع في الخدمة الاجتماعية مدخل دراسة المجتمع – الإسكندرية المكتب الجامعي الحديثة ١٩٩٩م ص ٢٦٢.
٢٩- محمـد رفعت قاسم . تنظيم المجتمع الأسس والأجهزة الثقافية المصرية للطباعة والنشر والتوزيع القاهرة – ٢٠٠٠م ص ١٠٣.

٣٠- صلاح مخيمر وآخرون . المدخل إلى علم النفس الاجتماعي مكتبة الانجلو المصرية الطبعة الثانية ١٩٨٦م ص ١٤٧.

٣١- مصطفي فهمي وآخر . علم النفس الاجتماعي دراسات نظرية تطبيقات عملية مكتبة الخانجي القاهرة الطبعة الثانية ١٩٨٩م ص ٢١٦.

٣٢- ماهر محمود عمر . سيكولوجية العلاقات الاجتماعية دراسة المعرفة الجامعية – الإسكندرية ١٩٩٢ ص ١٦٧.

٣٣- عبد المجيد بن طاش محمد نيازى مصطلحات ومفاهيم إنجليزية في الخدمة الاجتماعية مكتبة العبيكان الرياض الطبعة الأولى ٢٠٠٠م سنة ١٤٢١هـ.

٣٤- ماهر عبد العزيز توفيق .صناعة السياحة دار زهران للنشر والتوزيع ١٩٩٧م ص ٢١-٢٢.

٣٥- ناصر عقبل عبد الله الطيار ."أثر السياحة على اقتصاديات المملكة العربية السعودية مكتبة العبيكان ١٤٢١ هـ - ٢٠٠١م طبعة أولى ص ٣١.

٣٦-عمر بن عوض المشعبي : نحو رؤية سياحية داخلية حديثة، مقال جريدة الجزيرة http://www.al-jazirah.com.sa/2000jaz/may/24/ar3.htm

٣٧-حبيب الله محمد رحيم التركستاني اتجاهات سلوك السائح السعودي نحو السياحة الداخلية مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية ، مجلس النشر – جامعة الكويت.
http://pubcouncil.kuniv.edu.kw/jgaps/arabic/showarticle.asp?id=431

٣٨- صالح الرميح. اتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة الداخلية ،جامعة الملك سعود ، ٢٠٠٢، .

٣٩- الغرفة التجارية الصناعية بمحافظة جده: السوق السياحي والآفاق المستقبلية للسياحة في المملكة العربية السعودية وفق عمل الغرفة التجارية مقدمة إلى اللقاء السنوي الرابع عشر لجمعية الاقتصاد السعودية حول واقع وآفاق السياحة والاستثمار في المملكة ص ٢٥.

٤٠-اعتدال محمد الناجم آفاق الصناعة الترفيهية كأحد العوامل المؤثرة على الجذب السياحي في المملكة اللقاء السنوي الرابع عشر مرجع سبق ذكره ص ١٠.

٤١-عبير بنت عيسى بن محمد : اتجاهات لمواطنين السعوديين نحو الثار الاقتصادية والاجتماعية للسياح الوافدين الى المملكة العربية السعودية كلية الاقتصاد والإدارة ١٤٢٨ هـ.

٤٢-عبد الرحيم علي جعفر الغامدي: دوافع واتجاهات السائحين نحو خدمات السياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية ، كلية الاقتصاد والادارة ، ١٤١٩ ه ..

٤٣- صالح الرميح. اتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة الداخلية ،جامعة الملك سعود ، ٢٠٠٢، .

٤٤-محمد خميس الزوكة ، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، ١٩٩٨م ، ص٤٥-٤٦.

٤٥-عبد المحسن بن عبد الله الجحى وآخرون خصائص السياحة والحركة السياحية في منطقة ابها الحضرية ١٤٢٢هـ ص ٢٥٥.

٤٦- سالم بن مطر الغامدى وآخرون مرجع سبق ذكره ص ٢٧.